І.Г.Смирнов, О.О.Любіцева

Серія «Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі»

ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ

Навчальний посібник

Київ
Видавництво Ліра-К
2024

УДК 338.48-44(1-87):005.932](075.8)
С 55

Рекомендовано рішенням Вченої ради географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 10 від 19 березня 2024 р.)

Рецензенти:

Антоненко В.С., доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародного туризму Київського університету культури;

Васильчук В.М., доктор історичних наук, професор, професор кафедри психології та туризму Київського національного лінгвістичного університету;

Дудник І.М., доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри країнознавства та міжнародного туризму Національного авіаційного університету.

Смирнов І.Г., Любіцева О.О.

С55 Логістика в туризмі. Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі: навч.посіб. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. 533 с.
ISBN 978-617-520-823-6

Розкрито особливості застосування логістичних підходів у туризмі. Навчальний посібник складається з 2-х частин. У першій частині розглянуто теоретичні та історичні аспекти логістики в туризмі, зокрема теоретичні основи логістики, її науково-практичні концепції, характеристику логістичних потоків, логістику в ретроспективі (українсько-давньоримський контекст), історичний аспект логістики туризму, військову логістику, як туристичний ресурс (на прикладі пам'яток козацької доби, бою під Крутами та Лінії Арпада), охарактеризовано постать гетьмана П.Конашевича-Сагайдачного, як першого українського воєнного логіста (туристичний аспект), українське чумацтво, як туристичний ресурс (логістичний вимір), НІАЗ «Кам'янець», як туристичне диво України (логістичний аспект), постать Софії Вітт-Потоцької та її внесок у розвиток туризму в Україні (логістичний вимір). Другу частину присвячено логістиці туризму, зокрема розглянуто логістику туризму, як складову логістики послуг, теоретичні засади логістики туризму, логістичні основи сталого розвитку туризму, логістику ресурсної бази туризму, логістику турфірми, логістику туру, логістику виставкової діяльності в туризмі, інформаційну логістику в туризмі, фінансову логістику в туризму, транспортну логістику в туризмі, зв'язок геополітичної концепції Міжмор'я з єврологістичним проєктом ЄС «Ініціатива Тримор'я» (туристичний вимір), міжнародні транспортні коридори, як чинник розвитку туризму, логістику урботуризму в умовах овертуризму, логістику, як чинник ефективної організації туристичного простору на засадах сталого розвитку (на прикладі сакрального туризму), логістичний аспект туристичних «чудес» світу та України, логістику круїзного туризму, розвиток туризму та сфери гостинності у період пандемії Covid-19 (на прикладі світового та українського досвіду), явище відкладеного попиту, як чинника розвитку туризму у постковідний період, волонтерський туризм, як напрямок розвитку туризму та гостинності у воєнний період (на прикладі м.Кам'янця-Подільського), українське бароко в сакральній архітектурі Києво-Подолу, його туристичний потенціал та логістичний вимір в умовах воєнного стану в Україні. До усіх розділів надаються запитання та завдання для самоконтролю.

Для студентів, аспірантів, докторантів, викладачів вищих навчальних закладів, а також практичних працівників туристичної галузі, всіх, кого цікавлять сучасні проблеми логістики туризму.

УДК 338.48-44(1-87):005.932](075.8)

ISBN 978-617-520-823-6

© Смирнов І.Г., Любіцева О.О.,2024
© Видавництво Ліра-К, 2024

ЗМІСТ

ВСТУПНЕ СЛОВО …… 9
Частина І. Теоретичні та історичні аспекти логістики в туризмі та гостинності
Розділ 1. Теоретичні основи логістики
1.1. Предмет вивчення логістики та походження її назви 11
1.2. Суспільно-господарська ефективність логістики 13
1.3. Основний метод логістики 16
1.4. Логістика як науковий та бізнесовий напрямок, як функція господарського управління, як чинник сталого розвитку та як освітній напрямок…… . . 16
1.5. Основні наукові категорії логістики 17
Запитання та завдання для самоконтролю……18

Розділ 2. Науково-практичні концепції логістики
2.1. Розвиток логістики як науково-практичного напрямку 19
2.2. Концепція „Планування потреб та ресурсів" та засновані на ній логістичні системи MRP, DRP 22
2.3. Концепція «Точно в строк» (англ. Just in Time - JIT) та система Канбан……23
2.4. Концепції „Худого виробництва" та „Швидкого реагування" 24
2.5. Концепції „Зеленої логістики" та „Геологістики" 25
Запитання та завдання для самоконтролю……25

Розділ 3. Характеристика логістичних потоків
3.1. Сутність і характеристика потоків 26
3.2. Характеристика матеріальних потоків 26
3.3. Характеристика потоків послуг 27
3.4. Характеристика інформаційних потоків 29
3.5. Характеристика фінансових потоків 30
Запитання та завдання для самоконтролю……30

Розділ 4. Логістика в ретроспективі: українсько-давньоримський контекст
4.1. Розвиток та дислокація дорожньої мережі Давнього Риму. 31
4.2. Проєктування та будівництво доріг. 38
4.3. Інфраструктура та управління дорогами. 47
Запитання та завдання для самоконтролю ……..52

Розділ 5. Історичний аспект логістики туризму
5.1. «Логістичний» чинник у піднесенні та занепаді держави Петра……53
5.2. «Логістичний» чинник у діяльності Запорізької Січі ……..57
5.3. Логістичний чинник в операціях Другої Світової війни: операція «Overlord».62
Запитання та завдання для самоконтролю ……78

Розділ 6. Військова логістика, як туристичний ресурс (на прикладі пам'яток козацької доби, бою під Крутами та Лінії Арпада)
6.1. Українське козацтво…….79

6.2. Бій під Крутами ……81
6.3. Лінія Арпада ……86
Запитання та завдання для самоконтролю ……88

Розділ 7. Гетьман П. Конашевич-Сагайдачний – перший український воєнний логіст (туристичний аспект)
7.1. Московський похід ……89
7.2. Хотинська битва ……95
7.3. Морські походи ……..99
Запитання та завдання для самоконтролю ……..103

Розділ 8. Українське чумацтво, як туристичний ресурс: логістичний вимір
8.1. Українські чумаки історична довідка ……..104
8.2. Чумацький транспорт: рушійна сила та воли ……..106
8.3. Географія українського чумацтва ……110
8.4. Спадщина українського чумацтва ……113
Запитання та завдання для самоконтролю ……..115

Розділ 9. Національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець», як туристичне диво України: логістичний аспект
9.1. Кам'янець-Подільський – центр Поділля ……116
9.2. Кам'янець-Подільський як центр ремесла та міжнародної торгівлі ……..120
9.3. Кам'янець-Подільський – батьківщина середньовічних оборонно-гідротехнічних споруд та середньовічної «логістики» в Україні …… …….122
9.4. Мости Кам'янця-Подільського……..…..126
Запитання та завдання для самоконтролю ……..131

Розділ 10. Софія Вітт-Потоцька: внесок у розвиток туризму в Україні (логістичний вимір)
10.1. Жінка, ім'я якої з'єднало три туристичні дива України ……132
10.2. Кам'янецький період у житті С.Главані-Вітт: туристичний потенціал …..135
10.3. Пані графиня С.Потоцька та парк «Софіївка» ……..140
10.4. Постать С.Вітт-Потоцької як ресурс для розвитку туризму в Україні…….142
Запитання та завдання для самоконтролю ……...143

Частина ІІ. Логістика туризму

Розділ 11. Логістика туризму, як складова логістики послуг
11.1. Особливості та класифікація послуг ……144
11.2. Сутність і склад туристичних та готельних послуг ……148
11.3. Зростання значення національного і міжнародного туристичного бізнесу……..151
11.4. Концептуальні основи логістики послуг ……156
Запитання та завдання для самоконтролю……..……163

Розділ 12. Теоретичні засади логістики туризму
12.1. Комплексна структура логістики туризму ……164

12.2. Туристопотік як головний об'єкт дослідження логістики туризму ……165
12.3. Характеристика обслуговувальних потоків у логістиці туризму……170
12.4. Базові поняття логістики туризму……176
Запитання та завдання для самоконтролю……...178

Розділ 13. Логістичні основи сталого розвитку туризму
13.1. Концепція сталого розвитку туризму……..178
13.2. Принципова логістична модель сталого розвитку туризму…….183
13.3. Логістичний потенціал туристопотоку, ресурсної та матеріально-технічної баз туризму……188
13.4. Регіональна та стратегічна моделі сталого розвитку туризму……192
13.5. Застосування логістичного підходу в українському туризмі……..198
Запитання та завдання для самоконтролю……200

Розділ 14. Логістика ресурсної бази туризму
14.1. Значення ресурсної бази туризму та її логістичної оцінки……200
14.2. Методика визначення логістичного потенціалу рекреаційно-туристичних ресурсів……204
14.3. Розрахунок логістичного потенціалу морської пляжної зони……211
14.4. Визначення туристично-логістичного потенціалу (допустимого туристичного навантаження) для великого міста …….214
14.5. Застосування логістичних статегій розвитку в міжнародному туризмі …217
Запитання та завдання для самоконтролю ……222

Розділ 15. Логістика турфірми
15.1. Концепція логістики турфірми ……222
15.2. Стратегія, планування та організаційні форми логістики турфірми…….225
15.3. Вертикальна та горизонтальна інтеграції в туризмі …….227
15.4. Логістичні канали просування турпродукту: традиційний та новітній підходи …….229
Запитання та завдання для самоконтролю ……..237

Розділ 16. Логістика туру
16.1. Тури та їх класифікація……238
16.2. Логістична розробка туру: сутність і послідовність……240
16.3. Класифікація туристичних маршрутів ……241
16.4. Узагальнена методика логістичної розробки туру …….244
16.5. Застосування теорії графів у логістиці туру ……..247
Запитання та завдання для самоконтролю ……..250

Розділ 17. Логістика виставкової діяльності в туризмі
17.1. Значення логістики виставкової діяльності у туризмі ……250
17.2. Об’єкт та предмет логістики виставково-ярмаркової діяльності у туризмі..252
17.3. Методи управління потоками відвідувачів туристичних виставок ……..254

17.4. Ефективність логістики виставкової діяльності у туризмі ……258
Запитання та завдання для самоконтролю ……258

Розділ 18. Інформаційна логістика в туризмі
18.1. Логістичні інформаційні системи в туризмі, їх принципи побудови та можливості ……259
18.2. Інформаційні технології як складові логістично-маркетингової політики в туризмі……264
18.3. Логістично-маркетингові проблеми впровадження інформаційних технологій у практику українського туризму ……269
18.4. Туризм: інформаційні технології майбутнього ……..273
Запитання та завдання для самоконтролю ……276

Розділ 19. Фінансова логістика в туризмі
19.1. Логістика фінансово-банківських послуг ……277
19.2. Грошові потоки в туризмі ……..284
19.3. Управління фінансовими потоками туристичних фірм ……289
19.4. Логістика фінансового планування та прогнозування туристичної діяльності……293
Запитання та завдання для самоконтролю ……300

Розділ 20. Транспортна логістика в туризмі
20.1. Класифікація транспортних подорожей і транспортних засобів у туризмі..301
20.2. Вибір виду транспорту та компанії-перевізника в логістиці туризму ……305
20.3. Логістика повітряного транспорту в туризмі……309
20.4. Логістика автомобільних перевезень в туризмі ……315
20.5. Логістика залізничних подорожей ……321
20.6. Логістичне забезпечення морських круїзів ……327
20.7. Логістична організація річкових круїзів та прогулянок ……335
Запитання та завдання для самоконтролю ……340

Розділ 21. Від геополітичної концепції Міжмор'я до єврологістичного проєкту ЄС «Ініціатива Тримор'я»: туристичний вимір
21.1. Дослідження української вченої О.Степанів з географії та логістики туризму……..……340
21.2. Транспортно-логістичний проект ЄС «Ініціатива Тримор'я», як розвиток дослідження О.Степанів у сфері логістики туризму……346
21.3. формування трансєвропейської транспортної мережі (TEN-T), як складника євро логістики: туристичний аспект……..……349
Запитання та завдання для самоконтролю ……..351
Розділ 22. Міжнародні транспортні коридори, як чинник розвитку туризму
22.1. Склад ключової мережі TNT ……352
22.2. Коротка характеристика єврокоридорів TNT……..354
22.3. Характеристика горизонтальних пріоритетів TNT ……362
Запитання та завдання для самоконтролю ……..365

Розділ 23. Логістика урботуризму в умовах овертуризму
23.1. Овертуризм: ґенеза, зміст, актуальність ……366
23.2. Логістичні особливості урботуризму ……371
23.3. Логістика сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму ……377
Запитання та завдання для самоконтролю ……384

Розділ 24. Логістика, як чинник ефективної організації туристичного простору на засадах сталого розвитку (на прикладі сакрального туризму)
24.1. Логістичний чинник ефективної організації туристичного простору на засадах сталого розвитку (на прикладі м.Львова та м.Києва)……..385
24.2. Логістичний чинник у забезпеченні сталого розвитку сакрального туризму.....391
Запитання та завдання для самоконтролю ……395

Розділ 25. Логістика круїзного туризму
25.1. Основні круїзні компанії світу та їхні площини конкуренції ……..395
25.2. Логістична структура круїзного туризму ……..399
25.3. Логістичні концепції в круїзному туризмі ……402
25.4. Логістичні особливості круїзного туризму ……407
Запитання та завдання для самоконтролю ……412

Розділ 26. Розвиток туризму та сфери гостинності у період пандемії COVID-19: світовий та український досвід
26.1. Міжнародний туристичний бізнес в умовах пандемії ……412
26.2. Розвиток ресторанної галузі, як складника МТБ, в умовах пандемії: світовий та український досвід ……421
Запитання та завдання для самоконтролю ……431

Розділ 27. Явище відкладеного попиту як чинник розвитку туризму у пост-ковідний період
27.1. Відкладений попит як двигун пост-ковідного відродження туризму……...431
27.2. С. Гадсон (США) про вплив явища відкладеного попиту на пост-ковідне відновлення туризму……435
27.3. Пост-пандемійне відродження туризму в Україні……438
Запитання та завдання для самоконтролю ……448

Розділ 28. Волонтерський туризм, як напрямок розвитку туризму у воєнний період (на прикладі м.Кам'янця-Подільського).
28.1. Туристично-логістична характеристика середньовічних фортифікацій м.Кам'янця-Подільського ……449
28.2. Можливості здійснення волонтерського туризму у м.Кам'янці-Подільському та околицях в умовах російської агресії ……455
28.3. Напрямки відновлення та розвитку туризму у м.Кам'янці-Подільському по війні……461

Запитання та завдання для самоконтролю ……465
Розділ 29. Українське бароко в сакральній архітектурі Києво-Подолу, його туристичний потенціал та логістичний аспект
29.1. Поділ як «серце» середньовічного Києва…….466
29.2. Логістичний підхід в сучасній реконструкції Подолу……473
29.3. Українське бароко як недооцінений архітектурно-туристичний потенціал Києво-Подолу……..……..476
Запитання та завдання для самоконтролю ……479

Розділ 30. Логістичний аспект туристичних «чудес» світу та України
30.1.Логістика оцінки класичних «чудес» світу……480
30.2. Логістичне оцінювання сучасних «чудес» світу ……496
30.3. Логістична оцінка туристичних «чудес» України ……511
Запитання та завдання для самоконтролю ……531
Рекомендована література . . . . . . ……..……..532

ВСТУПНЕ СЛОВО

Даний навчальний посібник є першим в Україні з напрямку «Логістика в туризмі та гостинності», що зумовлює його актуальність. Спецкурс «Логістика в туризмі та гостинності» відноситься до професійно-орієнтованих дисциплін освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр». Це новий курс, що недавно почав викладатися студентам туристичних фахів у провідних навчальних закладах України, що готують кадри для туристичної індустрії. Логістика туризму та сфери гостинності має метою забезпечити основи сталого туризму на підставі застосування сучасних напрацювань логістичної теорії та практики в сучасних складних умовах розвитку функціонування туристичної галузі світу і України в період пандемії Covid-19 та пост-пандемійний період, а також відновлення туризму та сфери гостинності в Україні по війні. Зміст дисципліни «Логістика в туризмі та гостинності» відбито у 2-х частинній структурі цього посібника, де в першій частині розглянуто теоретичні та історичні аспекти логістики туризму, у другій частині – концептуальні основи логістики туризму, як складової логістики послуг і чинника його сталості, логістику ресурсної бази туризму, турфірми, туру, логістику виставкової діяльності в туризмі, інформаційну, фінансову, транспортну логістику в туризмі, логістику круїзного туризму та особливості туризму та сфери гостинності в період пандемії Covid-19 та у пост-ковідний період, а також волонтерський туризм, як напрямок розвитку туризму та гостинності в Україні в умовах російської агресії, а також логістичний аспект туристичних «чудес» світу та України. Логістиці сфери гостинності присвячено окрему третю книгу навчального посібника «Міжнародний туристичний бізнес та логістика в туризмі».

Метою і завданням навчальної дисципліни «Логістика в туризмі та гостинності» є вивчення питань логістичної організації та управління в туризмі та сфері гостинності, а також логістичних основ їх сталого розвитку, зокрема в контексті інтеграції України в транспортно-логістичну систему Європейського союзу та світу.

Предметом навчальної дисципліни «Логістика в туризмі та гостинності» є логістичні особливості туристичної галузі та сфери гостинності, зокрема складників її компонентної, регіональної та функціональної структур, а також проблеми транспортно-логістичного руху туристопотоків як у національному, так і в міжнародному мірилах.

Вимоги до знань та вмінь. *Студент повинен знати*: науково-практичні основи логістики туризму та сфери гостинності, логістичні засади їх сталого розвитку, логістику ресурсної бази туризму, логістику турфірми та туру, готельну та ресторанну логістику, інформаційну, фінансову, транспортну логістику в туризмі та участь України у транспортно-логістичних проєктах Європейського союзу у зв'язку з розвитком туризму. *Студент повинен вміти*: скласти логістичну модель сталого розвитку туризму в місті, регіоні, країні, здійснити логістичне оцінювання природно-рекреаційних та історико-культурних ресурсів, а також об'єктів наявної та перспективної матеріально-технічної бази гостинності для потреб туризму, визначити втрати та можливості розвитку туризму та гостинності в Україні в сучасних умовах російсько-української війни, окреслити можливості розвитку туризму і гостинності України в контексті розбудови мережі міжнародних транспортних коридорів, виконати логістичне оцінювання туристичних «чудес» світу та України.

Система контролю знань та умови складання іспиту. Навчальна дисципліна «Логістика в туризмі та гостинності» оцінюється за модульно-рейтинговою системою. Результати навчальної діяльності здобувачів вищої освіти оцінюється за 100-бальною шкалою. Для допомоги вивчаючим даний курс після кожного розділу посібника надаються запитання та завдання для самоконтролю.

ЧАСТИНА І. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ЛОГІСТИКИ В ТУРИЗМІ

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛОГІСТИКИ

1.1. Предмет вивчення логістики та походження її назви

Логістика – це новітній науково-практичний напрямок, який виник наприкінці XX ст. в найбільш розвинених країнах і поступово поширюється нині на інші країни. Об'єктом вивчення логістики є інтегровані логістичні потоки тобто товарно-інформаційно-фінансові потоки підприємств, регіонів, країн, інтеграційних утворень, нарешті світу; а предметом – оптимальна логістична

організація цих потоків згідно логістичного міксу «8 R» або «8 П» (рис. 1.1).

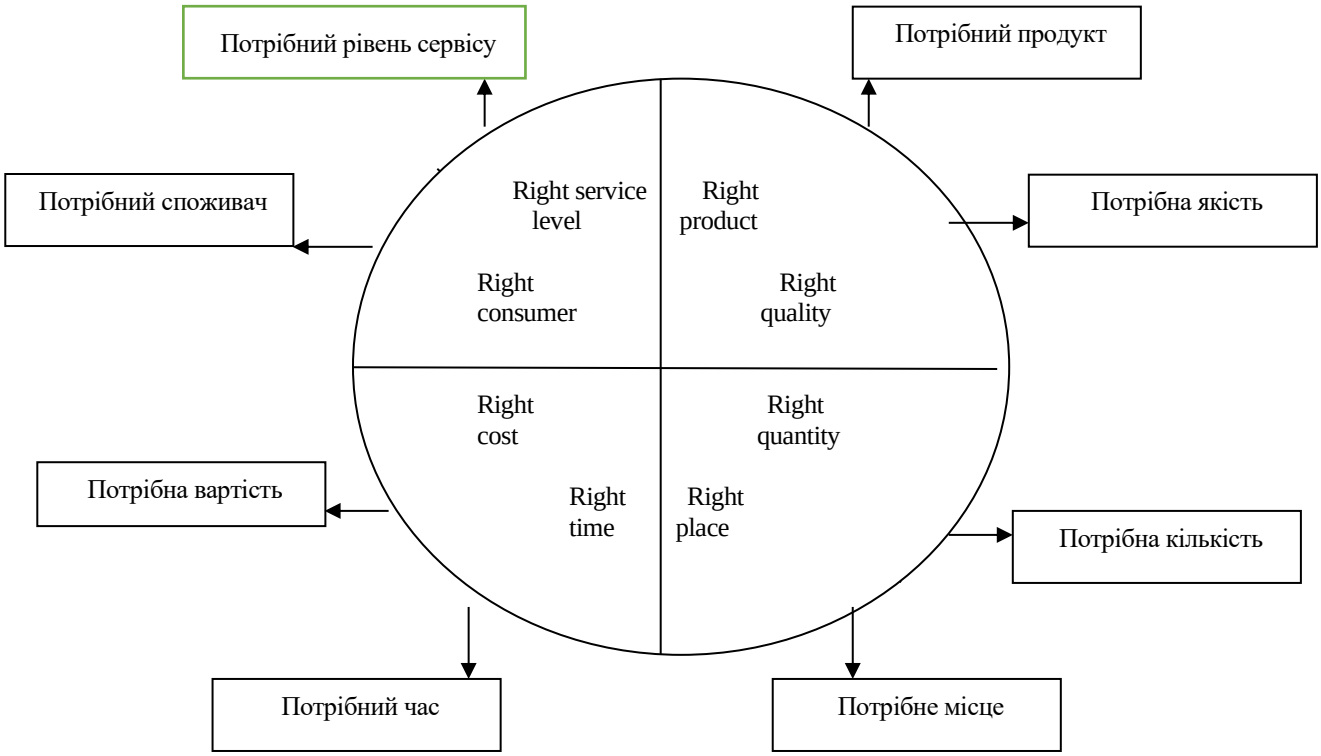


Рис. 1.1. Логістичний мікс «8 R» - «8 П»

Отже, стратегічним бізнес-завданням логістики є забезпечити доставку потрібного продукту потрібної якості та кількості потрібному споживачу в потрібне місце на потрібний час за потрібної вартості логістичної послуги та потрібного рівня логістичного сервісу.

Слово «логістика» має грецьке походження і пов’язане з Візантійською імперією, де вже понад тисячу років тому логістика використовувалась, як військова наука, що мала на меті забезпечення військ у їхньому русі. Положення військової політики використовував Наполеон, а через полонених французьких генералів, зокрема Жоміні, логістика формально стала відома в Росії. Але задовго до Наполеона та Жоміні логістичні підходи використовував гетьман України Петро Конашевич-Сагайдачний, через що його можна вважати першим військовим логістом в Україні. Його доробок у царині воєнної логістики розкритий у розділі 6.

У XX ст. військову логістику почали активно використовувати Збройні сили США, зокрема це знайшло вираз у діях союзницьких військ під час заключних операцій Другої світової війни в Європі. Так, вони застосували новітні на той час контейнерні перевезення, а підготовка до висадки військ союзників у Франції в 1944 р., окрім того, що передбачала новітні воєнно-транспортні рішення (трубогони, прокладені по дну протоки Па-де-Кале для забезпечення танків пальним, десантні судна на повітряній подушці для висадки військ тощо), також включала тривалі попередні приготування, важливим складником яких була тзв. „Фальшива логістика” (див. розділ 1.5). Нині логістику активно використовує НАТО, де є відповідний відділ, з 2004 р. відділ логістики створений в Генштабі Збройних сил України, а у військових навчальних закладах вивчають воєнну логістику. Актуальність останньої зросла у період російської агресії проти України зросла, коли Збройні сили України особливу увагу приділяють знищенню логістичних шляхів та вузлів постачання військ окупантів як у функціональному (Керченський та Чонгарський мости), так і географічному аспектах (в Криму, окупованих частинах Донбасу та Приазов’я) за допомогою новітньої західної зброї.

Інший історичний напрям виникнення логістики, про який мало згадується в літературі, пов'язаний з міжнародною торгівлею. Так, через територію сучасної України ще у давнину проходили древні торгівельні шляхи „Із варяг у греки” (з’єднував Північну Європу з Близьким Сходом), „Великий Шовковий шлях” (від Китаю до Західної Європи), „Бурштиновий шлях” (з’єднував Балтійське та Чорне моря), „Галицький шлях” (з’єднував Львів (Галичину) з Чорним морем по р. Дністер) та інші (рис. 1.2). Ці шляхи

передбачали не тільки перевезення різноманітних товарів, але їх митний контроль та складування. Причому право на складування товарів (або тзв. „складське право") у Середньовіччі отримували лише найбільші та найвідоміші на той час міста (як правило, з отриманням Магдебурзького права). Втіленням засад комерційної логістики в Україні виступали чумаки, про що йдеться у розділі 7.

Як окремий науково-практичний напрямок, логістика веде відлік від 1951 р., коли відомий вчений, Нобелівський лауреат професор Оскар Моргенштерн (США) запропонував використати логістичні підходи в економіці. Отже, логістика у цьому розумінні зародилась в США в 2-ій половині XX ст., її розвиток продовжили японські вчені та практики, які створили систему виробничої логістики Канбан та логістичну систему «Точно в строк» («Just in Time»). Нині логістика дістала визнання практично в усіх державах світу та динамічно розвивається зусиллями вчених багатьох країн, у т.ч. українських. А ось першими українськими «практиками–логістами» можна вважати чумаків, які освоїли тзв. „Солоний шлях" ще в ранньому середньовіччі і доставляли вози з сіллю з Криму до Києва, звідки сіль надходила навіть до країн Західної Європи.

1.2. Суспільно-господарська ефективність логістики

Суспільно-господарська цінність логістики полягає в тому, що вона зменшує логістичні витрати підприємств, які включають два основних їх види:

а) транспортні витрати;

б) витрати на запаси і складування.

Логістика забезпечує скорочення транспортних витрат на 30-50 %, а витрат на запаси – взагалі до нуля, в результаті загальний час від отримання замовлення підприємством на виготовлення товару до його доставки споживачу зменшується на 50-70 %, а це, в свою чергу, дає можливість виробляти та продавати нові товари протягом сезону, а не року як раніше, (що дуже істотно в міжнародній торгівлі одягом, зокрема особливо модним).





Рис. 1.2. Схема давніх торговельно-транспортних шляхів на території сучасної України

Прибуток підприємства визначається за „залізною" формулою загальної прибутковості бізнесу:

$$П = Д - В,$$

де П – прибуток; Д – дохід; В – витрати.

З формули видно, що є два шляхи збільшення прибутку фірми:

а) збільшити обсяги продажу продукції (дохід), на що спрямована маркетингова діяльність фірми;

б) зменшити витрати фірми.

Загальні витрати фірми відображає структура собівартості продукції, яка включає чотири головні статті витрат: витрати на сировину; витрати на паливо та електроенергію; витрати на робочу силу (оплату праці); транспортно-логістичні витрати (рис. 1.3).

Дві перших статі витрат мають нижню межу їх зменшення – це ціни світового ринку на відповідні види сировини та основні енергоносії. Витрати на робочу силу (оплату праці), як показує досвід розвинених країн, сильно зменшувати не рекомендується, оскільки це знижує зацікавленість працюючих у високопродуктивній праці. Отже, три перші статті витрат у структурі собівартості мають певні межі їх зменшення, нижче яких воно не рекомендується. Залишається



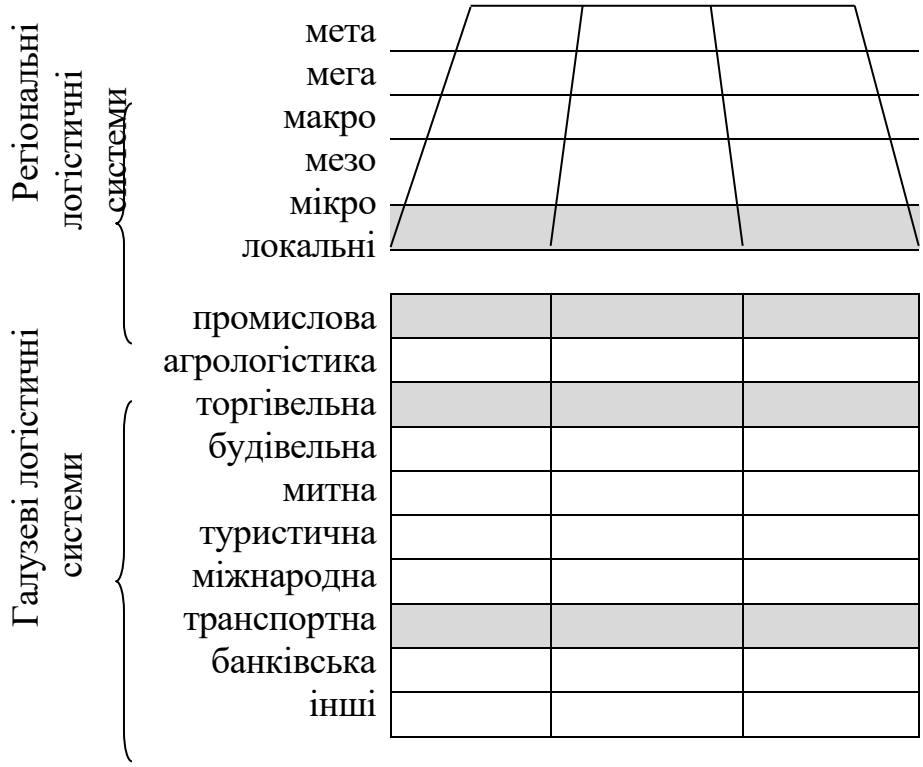
Рис. 1.3. Структура собівартості продукції за основними статтями витрат

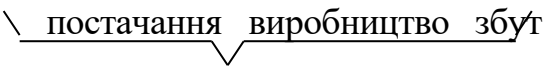
четверта складова – транспортно-логістичні витрати, з яких транспортну частку можливо скоротити на 30-50 %, а витрати на складування та зберігання – взагалі звести до нуля (як показує японський досвід виробничої логістики, зокрема системи „Канбан”). Відповідно, підприємства (фірми), які знають та застосовують логістику, зменшують свої витрати та істотно збільшують прибуток за того самого обсягу продажу та частки ринку.

Отже, логістика надає підприємству потужну конкурентну перевагу на ринку, причому це стосується кожної галузі господарства. Відповідно виділяються такі галузеві логістичні системи або види логістики: а) промислова; б) агрологістика; в) торгівельна; г) будівельна; д) митна; е) туристична; є) готельно-ресторанна; ж) міжнародна; з) фінансово-банківська; і) транспортна тощо.

Також виділяються регіональні логістичні системи: а) локальні (наприклад, митний пост в митній логістиці, тур у логістиці туризму); б) мікро (підприємство); в) мезо (область); г) макро (на рівні держави); д) мега (рівень регіону світу або інтеграційного угрупування, наприклад в Європейському союзі – це єврологістика); е) мета рівень або глобальна логістика.

Функціональні логістичні системи охоплюють: а) логістику постачання; б) логістику виробництва; в) логістику збуту (рис. 1.4).





Функціональні логістичні системи

Рис. 1.4. Інтегрована структура логістики

1.3. Основний метод логістики

Основний метод логістики визначається, як логістичний інжиніринг. Він полягає у розгляді інтегрованого логістичного потоку, що проходить через ділянки постачання, виробництва, збуту (ПВЗ) логістичних систем всіх масштабів та галузевої належності. При цьому цей метод включає такі складові:

1) узгодження параметрів логістичного потоку на ділянках ПВЗ, при цьому визначальною ділянкою є збут (ринок);

2) часова синхронізація логістичного потоку на ділянках ПВЗ, тобто визначення необхідної швидкості руху логістичного потоку;

3) оптимізація логістичного потоку на ділянках ПВЗ, при цьому кожна ділянка має свої особливості та методи;

4) екологічна безпека логістичного потоку на ділянках ПВЗ, яка пов’язана зокрема з транспортом, що виступає як найбільший забруднювач природного середовища;

5) необхідність глобального моніторингу руху логістичного потоку, для чого використовуються супутникові навігаційні системи (GPS).

1.4. Логістика як науковий та бізнесовий напрямок, як функція господарського управління, як чинник сталого розвитку та як освітній напрямок

Логістика визначається як:

- науковий напрям, що має метою дослідження та оптимізацію логістичних потоків та логістичних систем;

- бізнесовий напрям, що виступає важливим інструментом управління фірмами, який дозволяє зменшити витрати, отже збільшити прибутки фірм;

- функція господарського управління, в якості якої логістика включає дві складові: а) внутрішню, яка забезпечує оптимізацію та контроль товаропотоків в межах країни; б) міжнародну, пов’язану з міжнародними транскордонними потоками товарів, які у сучасному світі постійно зростають;

- чинник сталого розвитку, зокрема, логістика забезпечує екологічну безпеку логістичних та транспортних потоків, а саме: а) визначає джерела та обсяги екологічних забруднень в логістичних системах; б) розробляє заходи із зменшення екологічної шкоди від транспортно-логістичної діяльності;

- освітній напрям, а саме:

а) логістика виступає, як напрям підготовки фахівців - менеджерів з логістики (який є високооплачуваним фахом) у вишах України; зокрема: Національному авіаційному університеті (Київ), Львівській політехніці, Київському університеті „Крок", Державному торговельно-економічному університеті (Київ) та інших; б) логістика з 2000 року включена до переліку нормативних (обов'язкових) дисциплін з фаху „менеджмент"; в) широко використовується логістичний освітній консалтинг у вигляді різноманітних тренінгів, курсів тощо.

1.5. Основні наукові категорії логістики

Логістика має 11 основних наукових категорій:

І. Логістична система - адаптивна система із зворотнім зв'язком, яка виконує логістичні функції, складається з підсистем та має зв'язки з навколишнім бізнес середовищем. Логістичні системи поділяються на: галузеві, регіональні, функціональні.

ІІ. Логістична операція – сукупність дій з перетворення логістичного потоку; наприклад, транспортування, зберігання, складування, розвантаження, навантаження.

ІІІ. Логістичний потік – інтегрований товарно-інформаційно-фінансовий потік, який пов'язує учасників логістичної системи, його основою є матеріальний потік, що включає потоки товарів, сировини, напівфабрикатів тощо.

IV. Логістична функція – сукупність логістичних операцій, яка виконує певне логістичне завдання. Виділяють три основні логістичні функції: постачання, виробництво, збут.

V. Логістичні витрати: складаються з транспортних, складських та адміністративних витрат (іноді додаються витрати на замовлення). Можливість істотного зменшення логістичних витрат підприємства є одним з основних переваг та достоїнств логістики.

VI. Логістичний канал – організаційно впорядкована сукупність учасників логістичних операцій. Логістичний канал показує, як пов'язані учасники логістичних дій – безпосередньо (прямий канал) або опосередковано (через посередників).

VII. Логістичний ланцюг – множина учасників логістичних операцій, які територіально впорядковані з визначенням їх точних географічних реквізитів (координат).

VIII. Логістична мережа – схема розміщення учасників логістичних операцій, яка показує взаємозв'язки між ними.

IX. Логістичний цикл –час виконання логістичних операцій, мета логістики – максимальне скорочення цього циклу.

X. Логістична координація – тісний взаємозв'язок дій всіх учасників або елементів логістичної системи, в сучасних умовах логістична координація приймає форму інтегрованого логістичного потоку.

XI. Логістичний інтерфейс – програмне забезпечення, що дозволяє спільну роботу учасників логістичної системи, така взаємодія позначається скороченням EDI (Electronic Data Interchange - англ., – електронний обмін даних).

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Що є предметом вивчення логістики?
2. З яким історичним напрямом виникнення логістики пов'язана міжнародна логістика?
3. Які давні торговельно-транспортні шляхи проходили територію сучасної України?
4. Які два основних види включають логістичні витрати підприємств?
5. За якою формулою визначають загальний прибуток підприємства?
6. Яка роль логістики у збільшенні прибутку підприємства?
7. Назвіть галузеві логістичні системи.
8. Назвіть регіональні логістичні системи.
9. Назвіть функціональні логістичні системи.
10. Як визначається основний метод логістики?
11. Які складники включає основний метод логістики?
12. Як визначається логістика як науковий та бізнесовий напрямок?
13. У чому полягає сутність логістики як освітнього напрямку?
14. Назвіть основні наукові категорії логістики.
15. Що таке логістичний цикл?

Розділ 2. НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ ЛОГІСТИКИ

2.1. Розвиток логістики як науково-практичного напрямку

В розвитку логістики виділяють (табл. 2.1): дологістичну стадію та логістику 1-го, 2-го, 3-го та 4-го поколінь.

Дологістична стадія (до 60-тих рр. XX ст.) характеризувалася структурною схемою, коли відділи постачання, виробництва, збуту підприємств функціонували окремо, були і наукові розробки з оптимізації та раціональної організації цієї діяльності. Галузі, де використовувалися ці підходи, охоплювали матеріально-технічне постачання, внутрішню та зовнішню торгівлю, транспорт.

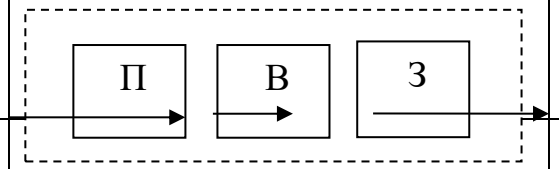
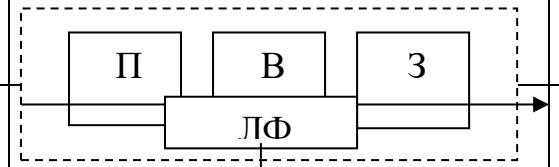
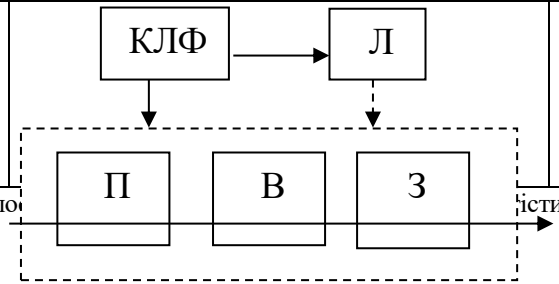
Логістика першого покоління (60-70-ті рр. XX ст.) - її структурна схема характеризувалася наскрізним логістичним потоком, який проходив через ділянки постачання, виробництва, збуту (ПВЗ) підприємств. З'явились окремі відділи логістики, виникли перші логістичні концепції «Планування потреб та ресурсів», «Точно в строк»; логістичні системи MRR, DRP, Канбан. Серед перших галузей, які звернулися до логістики, були: автобудування, матеріально-технічне постачання, торгівля, транспорт. Відповідно виникла промислова, комерційна, постачальницька, транспортна логістика.

Логістика другого покоління (80-90 рр. XX ст.) характеризувалася тим, що крім відділів логістики підприємств з'явились спеціалізовані логістичні фірми (логістичні оператори). Виникли нові концепції та логістичні системи - «Точно в строк-2», MRR-2, DRP-2. До галузей, які використовували логістику, додалися всі інші галузі промисловості, АПК, будівництво, торгівля, туризм, гостинність тощо. З'являється агропромислова, будівельна, інформаційна, міжнародна логістика, логістика туризму та гостинності тощо.

Логістика третього покоління (кінець 90-х рр. XX ст. - XXI ст.) - її структурна схема характеризується тим, що крім логістичних операторів (міжнародне позначення - 3PL) з'являються фірми-логістичні інтегратори, які крім доставки товару, беруть на себе функції формування та забезпечення єдиного ланцюга поставок (4PL). Нові концепції – це концепції «Худого виробництва», «Кайдзен», «Швидкого реагування», «Зеленої логістики», «Геологістики». Логістику використовують всі галузі господарства, а також охорона навколишнього середовища. До нових видів логістики додаються банківська, «зелена», митна, геологістика та ін.

Логістика четвертого покоління (XXI ст.) має завданням сформувати інфраструктуру господарства світу та кожної країни, як її складника. Світова

Таблиця 2.1. Розвиток логістики як науково-практичного напрямку

№	Стадії і роки	Структурна схема	Організаційно практичні форми логістики	Логістичні наукові концепції	Галузі господарства, де використовується логістика	Види логістики
1	Дологістична (до 60х рр. XX ст.)		Окремі відділи постачання і збуту	Дологістичні концепції: МТП, організації торгівлі, маркетингу	МТП, торгівля	-
2	Логістика першого покоління (60-70 рр. XX ст.)		Відділ логістики закладу	Логістичні концепції „Планування потреб/ресурсів” (МРП, ДРП), „Точно в строк” (Канбан-система)	Промисловість (автобудування), МТП, торгівля, транспорт	Промислова, комерційна постачальницька, транспортна
3	Логістика другого покоління (80-90 рр. XX ст.)		+ Спеціалізована логіс тична фірма	„Точно в строк – 2” (Канбан-система), МПР-2, ДРП-2	Промисловість (всі галузі), АПК, будівництво, МТП, торгівля, транспорт, туризм та гостинність, міжнародна, економічна діяльність	Промислова, комерційна, транспортна, агропромислова, будівельна, інформаційна, міжнародна, логістика туризму і гостинності
4	Логістика третього покоління (кін. 90х рр. XX ст. – XXI ст.)		+ Консалтингова логістична фірма	„Худе виробництво”, „Реагування на попит”, „Зелена логістика”, геолог істика	Всі галузі господарства, а також охорона навколишнього середовища	Наведені вище, а також: банківська, „зелена”, гео-логістика та інші

Скорочення: П – по істична фірма, КЛФ – консалтингова логістична фірма

інфраструктура об’єднує промисловість, сільське господарство, торгівлю, туризм та гостинність, транспорт, інші галузі в єдину глобально узгоджену транспортно-логістичну систему.

2.2. Концепція „Планування потреб та ресурсів” та засновані на ній логістичні системи MRP, DRP

Початки логістики сформувалися в США, тут виникли перші логістичні концепції MRP і DRP (рис.2.1). MRP (англ. Material Requirements Planning) - планування потреб в матеріалах, DRP (англ. Distribution Requirements Planning) - планування потреб збуту.



Рис. 2.1. Схема застосування логістичних систем MRP та DRP

Система MRP мала завданням скоординувати роботу ділянок постачання та виробництва на підприємстві з тим, щоб виробництво не відчувало жодних дефіцитів та перебоїв в отриманні необхідної сировини, напівфабрикатів тощо. Це дозволяє організувати ритмічну безперебійну роботу підприємства. Система DRP мала завданням скоординувати діяльність ділянок виробництва та збуту на підприємстві, оскільки перевиробництво продукції викликає труднощі у її збуті. Такі системи одразу почали використовувати найбільші американські компанії (Форд, Дженерал Моторс, IBM), що забезпечило їм скорочення витрат на 30-40 %, відповідно прибутки зросли на 15-20 %.

Пізніше з’являються системи MRP-2 і DRP-2. Вони мали дві відмінності від попередників: 1) зміни в розшифровці назв систем: MRP-2 (англ. Material Resourse Planning) - планування матеріальних ресурсів; DRP-2 (англ. Distribution Resourse Planning) - планування ресурсів збуту; 2) передбачали режим роботи «On-line» (режим реального часу).

2.3. Концепція «Точно в строк» (англ. Just in Time - JIT) та система Канбан

Системи MRP та DRP мали одну хибу: вони окремо розглядали проблеми постачання та збуту, не зачіпаючи ділянку виробництва. Цей недолік зауважили японські логісти і запропонували свою оригінальну логістичну концепцію під назвою «Just in Time» (англ. - Точно в строк). Основна ідея цієї системи полягала в тому, що ділянки ПВЗ (постачання-виробництво-збут) об'єднувалися в одну логістичну систему, яка працювала від ринкових замовлень. Концепція «Точно в строк» отримала назву «Логістичної системи з нульовими запасами» (рис. 2.2). Згідно цієї концепції японська компанія Toyota розробила та впровадила систему виробничої логістики під назвою Канбан (з японської – картка). Сутність цієї системи полягає в тому, що на виробництві використовуються «картки замовлення» та «картки доставки». Перші направляються на попередні ділянки виробництва, в них вказано, скільки і які деталі треба виробити відповідно до замовлень ринку. В «картках доставки» повідомляється, що вироблено; разом з виготовленою продукцією ці картки надходять на наступну ділянку виробництва. Отже, виробляється тільки та продукція, на яку є ринкове замовлення, під цю продукцію і визначаються запаси, нічого зайвого немає. В результаті Toyota має запаси, розраховані лише на 2 год. роботи закладу (вартістю 70 $), у той час як американський завод Ford має запасів на 2 тижні (вартістю 5 000 $). Ось чому собівартість і роздрібні ціни японських авто на 1/3 менші за американські, при цьому японські машини надійніші від американських. Ці системи (Just in Time і Канбан) у повному обсязі працюють лише в Японії, але навіть їх елементи, які використали американські і західноєвропейські компанії, забезпечили їм значний ефект.

Пізніше була розроблена система «Just in Time-2», яку впровадили американські фірми Bose, ATT та ін. Її характерною рисою є більш м'які вимоги до партнерів за рахунок спільної роботи, а також робота в режимі «On-line».

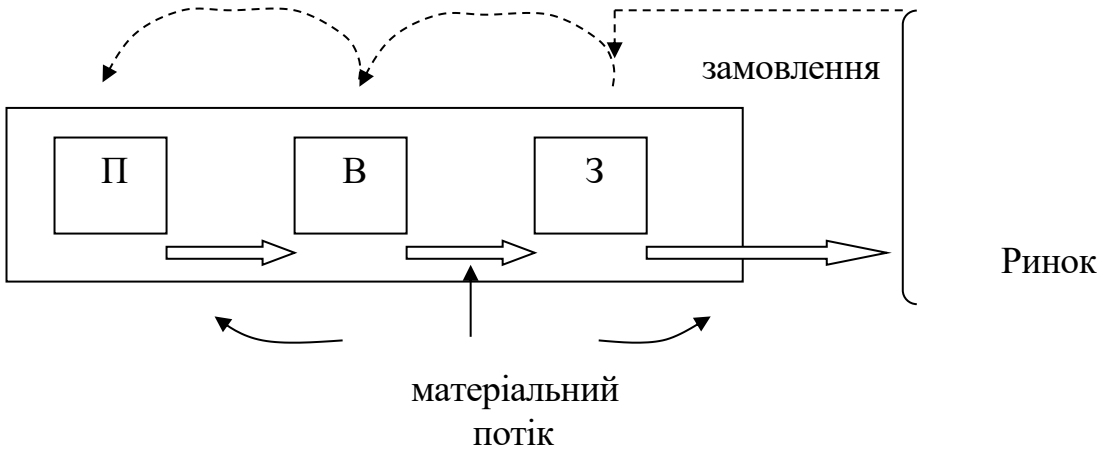


Рис. 2.2. Схема логістичної системи «Точно в строк»

2.4. Концепції „Худого виробництва" та „Швидкого реагування"

На третій стадії розвитку логістики з'являються нові логістичні концепції „Худого виробництва" (Lean Production) і „Швидкого реагування" (Quick Response). Сутність „Худої логістики" у тому, що з виробничих операцій усуваються ті, без яких можна обійтися, наприклад, вхідне складування сировини. В результаті „Худа логістика" з 13 виробничих операцій залишає лише 7 конче необхідних, що суттєво скорочує витрати компаній, тому «Худу логістику» нині використовують практично всі західні компанії.

Концепція „Швидкого реагування" зародилася в США в текстильно-швейно-торгівельному комплексі у 80-ті рр. XX ст., коли американський ринок одягу відчув сильний тиск з боку дешевої продукції з Азії. Перед американськими вченими було поставлене завдання допомогти вітчизняному виробнику, підвищити конкурентоспроможність американських фірм. Рішення було знайдене в логістиці „Швидкого реагування": був проведений аналіз товаропровідних каналів, в результаті чого були виявлені та усунені дублюючі структури, зокрема, склади в секторах виробництва сировини, тканин, одягу та торгівлі. Коли дублюючі склади ліквідували, швидкість проходження матеріального потоку зросла втричі, логістичний цикл скоротився з 6 міс. до 3-х тижнів. Американські торговельні компанії своїм постачальникам запровадили вимогу 500-годинного логістичного циклу (а це рівно 3

тижні). В ці вимоги змогли вкластися лише американські постачальники, серед них «втерлася» лише одна китайська фірма, яка застосувала авіадоставку продукції.

2.5. Концепції „Зеленої логістики" та «Геологістики»

Концепція „Зеленої логістики" пов'язана з екологічною шкодою, яку наносить природі транспортно-логістична діяльність. Цей напрям зародився на Заході - в США, ЄС, Японії, де до автодвигунів нині висуваються жорсткі екологічні вимоги, зокрема, в ЄС - це екостандарти двигунів «євро 5». Є приклади транспортно-логістичних компаній, які розробили спеціальні екологічні програми; так, Schenker-BTL (Німеччина-Швеція) має програму «зеленої логістики», за якою визначаються шкідливі компоненти від діяльності автомобілів (CO_2; CO; NO; SO_2 та тверді частинки-сажа) і підраховується їхня вартість у шведських кронах для кожного маршруту в глобальному мірилі. Ці дані можна побачити в Інтернеті за веб-адресою www.BTL.se.

Геологістика – це наступний новітній напрям логістики, який досліджує просторово-логістичні (або геологістичні) системи. Традиційна логістика в основному вивчає логістику підприємства, тобто логістичну систему мікрорівня, але крім цього можна ще виділити як більш низький рівень – локальний (наприклад, це логістика туру в логістиці туризму або митного посту в митній логістиці) та більш високі рівні: мезорівень наприклад, (регіональні митниці в митній логістиці), мегарівень (інтеграційне угрупування) наприклад, ЄС та НАФТА (про що буде далі), макрорівень (рівень держави), метарівень (глобальний) - для всього світу.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Які стадії виділяються в розвитку логістики як науково-практичного напрямку?
2. Які характерні риси має логістика першого покоління?
3. Які характерні риси має логістика другого покоління?
4. Які характерні риси має логістика третього покоління?
5. Які логістичні системи охоплює концепція «Планування потреб/ресурсів»?
6. Як розшифровуються назви DRP та MRP?
7. Як розшифрувати назви DRP-2 та MRP-2?
8. У якій країні виникла концепція «Точно в строк»?
9. Який недолік мали логістичні системи MRP та DRP?
10. Як працює система виробничої логістики «Канбан»?
11. Як перекладається назва «Канбан» з японської?
12. У чому полягає цінність концепції «Худого виробництва»?
13. Де і як була застосована вперше логістика «Швидкого реагування»?
14. У чому полягає сутність концепції «Зеленої логістики»?
15. У чому полягає сутність концепції «Геологістики»?

Розділ 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ЛОГІСТИЧНИХ ПОТОКІВ

3.1. Сутність і характеристика потоків

Логістичні потоки є об'єктом дослідження логістики, як науково-практичного напрямку, але класифікацію потоків та їх характеристику логістика запозичила з фізики. Потік – сукупність об'єктів, яка існує в деякому часовому проміжку, сприймається, як одне ціле, і вимірюється в абсолютних одиницях за певний період часу. Кожний потік має такі параметри: а) початковий та кінцевий пункти; б) геометрія (траєкторія) шляху; в) довжина шляху; г) швидкість і час руху; д) проміжні пункти; е) інтенсивність руху. Існує така класифікація потоків за одинадцятьма ознаками (табл. 3.1):

1) за відношенням до логістичної системи: внутрішні, зовнішні;

2) за ознакою безперервності: безперервні, дискретні;

3) за ознакою регулярності: детерміновані, стохастичні (випадкові);

4) за стабільністю: стабільні, нестабільні;

5) за ознакою змінності: стаціонарні, нестаціонарні;

6) за характером переміщення елементів потоку: рівномірні, нерівномірні;

7) за ознакою періодичності: періодичні, неперіодичні;

8) за ознакою складності: прості, інтегровані;

9) за ознакою ритмічності: ритмічні, неритмічні;

10) за ознакою керованості: керовані, некеровані;

11) за ознакою впорядкування елементів потоку: однорідні (ламінарні), турбулентні.

3.2. Характеристика матеріальних потоків

Основу логістичних потоків складають матеріальні потоки. Матеріальний потік – це продукція, що розглядається в процесі прикладання до неї низки логістичних операцій, віднесених до певного часового проміжку. Матеріальний потік має розмірність: обсяг, поділений на час. Матеріальний потік, віднесений до певного моменту часу, називається матеріальним запасом. Матеріальні потоки поділяються на два основні види: 1) з матеріально-технічного забезпечення; 2) з торгівлі споживчими товарами. Матеріальні потоки класифікують за шістьма ознаками (табл. 3.1):

1) за відношенням до логістичної системи: а) внутрішні; б) зовнішні; в) вхідні; г) вихідні;

2) за натурально-речовинним складом: а) одноасортиментні; б) багатоасортиментні;

3) за кількістю вантажів, що утворюють потік: а) масові; б) великі; в) середні; г) дрібні;

4) за питомою вагою вантажів: а) легковагові; б) важковагові;

5) за сумісністю: а) сумісні; б) несумісні;

6) за консистенцію: а) тверді; б) рідкі; в) газоподібні;

Матеріальний потік характеризують такі показники: інтенсивність; ритмічність; детермінованість.

3.3. Характеристика потоків послуг

Потоки послуг мають свої особливості, що пов’язані з особливостями послуг, як товару. Приміром, послуги не можна складувати, відділяти від виробника та споживача, не можна зберігати тощо. В логістичних процесах виділяють потоки послуг двох видів: 1) з логістичного обслуговування матеріального потоку виробництва; 2) потоки в галузях сфери послуг.

Якість послуг визначається на підставі оцінки таких параметрів як: а) відчутність; б) відповідальність; в) надійність; г) компетентність; д) доступність; е) безпечність; є) коректність; ж) комунікабельність. Ці параметри досить складно виміряти та кількісно визначити. З цим пов’язані труднощі формування логістики послуг. Незважаючи на це, розроблений особливий напрямок логістики - SRL (англ. Service Response Logistics - логістика послуг), яка має відмінності від CRL (англ. Commodity Response Logistics – логістика товарів).

Таблиця 3.1. Сукупність логістичних потоків як об'єкт дослідження логістики

Види потоків	Ознаки	Групи
Всі логістичні	Відношення до системи СГЛ	Внутрішні; Зовнішні
	Безперервність	Безперервні; Дискретні
	Регулярність	Детерміновані; Стохастичні
	Стабільність	Стабільні; Нестабільні
	Змінність	Стаціонарні; Нестаціонарні
	Характер переміщення елементів потоку	Рівномірні; Нерівномірні
	Періодичність	Періодичні; Неперіодичні
	Ритмічність	Ритмічні; Неритмічні
	Складність	Прості (диференційовані); Складні (інтегровані)
	Керованість	Керовані; Некеровані
	Впорядкування складових елементів	Ламінарні; Турбулентні
Матеріальні	Відношення до системи	Внутрішні; зовнішні: Вхідні, Вихідні
	Натурально-речовинний склад потоку	Одноасортиментні; Багатоасортиментні
	Кількість вантажів, що утворюють потік	Дрібні; Середні; Великі; Масові
	Питома вага вантажів, що утворюють потік	Важковагові; Легковагові
	Ступінь сумісності вантажів	Сумісні; Несумісні
	Консистенція	Насипні; Навалочні; Тарноштучні; Наливні
Інформа-ційні	Відношення до логістичних функцій	Елементарні; Комплексні; Ключові; Базисні
	Відношення до системи	Внутрішні, зовнішні; Горизонтальні, вертикальні; Вхідні, вихідні
	Вид носія інформації	Паперові; Електронні
	Час і періодичність надання інформації	Регулярні (стаціонарні); Періодичні; Оперативні
	Ступінь відкритості і значимості інформації	Відкриті; Закриті; Комерційні; Секретні (конфіденційні); Прості; Рекомендовані
	Призначення інформації	Директивні (керуючі); Нормативно-довідкові; Допоміжні
	Спосіб надання інформації	Кур'єрський; Поштовий; Телеграфний; Радіо, телевізійний; Електронна пошта; Факсимільний; Телекомунікаційний
Фінансові	Відношення до системи	внутрішні; Зовнішні: вхідні, вихідні
	Напрямок руху	Співпадають з матеріальним потоком; Мають зворотній напрямок
	Призначення	Сфери постачання; Сфери збуту; Інвестиційні; Формування матеріальних витрат у процесі виробництва; З відтворення робочої сили
	Спосіб переносу авансової вартості	Супутні руху основних фондів підприємства; Умовлені рухом обігових коштів підприємства
	Форми розрахунку	Готівкові: Гривневі, Валютні; Обліково-фінансові; Інформаційно-фінансові: Платіжні доручення, Платіжні вимоги, Інкасові доручення, Документарні акредитиви, Розрахункові чеки
	Види господарських зв'язків	Горизонтальні; Вертикальні
	Джерела отримання фінансових засобів	Власні; Запозичені

Потоки послуг мають відмінності і в територіальному аспекті, оскільки виробництво послуг є територіально сконцентрованим і співпадає з їхнім споживанням, а процес попиту на ці послуги є територіально розпорошеним. Звідси головна проблема логістики послуг: визначити логістичний потенціал об'єкту (тобто його оптимальну пропускну спроможність); створити необхідні потужності з обслуговування відповідного логістичного потоку (в логістиці туризму – це туристичний потік, в митній та міжнародній логістиці – це потік зовнішньо-торгівельних вантажів тощо).

3.4. Характеристика інформаційних потоків

Інформаційні потоки обов'язково супроводжують матеріальні потоки. Інформаційний потік – це сукупність інформації, яка циркулює всередині логістичної системи, а також пов'язує її з іншими системами. Інформаційні потоки можуть у часі не співпадати з матеріальними потоками: випереджати їх або відставати; співпадати з ними. Інформаційні потоки вимірюються обсягом інформації, яка надається або обробляється в одиницю часу (біт, байт). Інформаційні потоки класифікуються за сімома ознаками (табл.3.1):

1) за відношенням до логістичних систем: а) внутрішні; б) зовнішні; в) горизонтальні і вертикальні; г) вхідні і вихідні;

2) за видом носія інформації: а) паперові; б) електронні;

3) за відношенням до логістичних функцій: а) елементарні; б) комплексні; в) ключові; г) базисні;

4) за періодичністю надання інформації: а) регулярні; б) періодичні; в) оперативні;

5) за призначенням: а) директивні; б) нормативно-довідкові; в) обліково-аналітичні; г) допоміжні;

6) за ступенем відкритості і значимості; а) відкриті; б) закриті; в) комерційні; г) секретні; д) прості; е) рекомендовані;

7) за способом надання; а) кур'єрські; б) поштові; в) телеграфні; г) телефонні; д) факсові; е) радіотелевізійні; є) E-mail – електронна пошта; ж) телекомунікаційні; з) інтернетівські.

3.5. Характеристика фінансових потоків

Фінансові потоки є найменш дослідженими в логістичній науці та практиці. Фінансовий потік – рух фінансових засобів, що необхідні для забезпечення руху матеріального потоку. Фінансові потоки класифікуються за сімома ознаками (табл. 3.1):

1) за відношенням до логістичної системи: а) внутрішні; б) зовнішні; в) вхідні; г) вихідні;

2) за призначенням: а) сфери постачання; б) сфери збуту; в) інвестиційні; г) з матеріальних витрат в процесі виробництва; д) з відтворення робочої сили;

3) за способом переносу авансової вартості: а) потоки, що супутні основним фондам підприємства; б) потоки, що зумовлені рухом обігових коштів підприємства;

4) за формою розрахунків: а) готівкові (гривневі, валютні); б) інформаційно-фінансові;

5) за видами господарських зв'язків: а) горизонтальні; б) вертикальні;

6) за джерелом отримання: а) власні; б) запозичені;

7) за напрямком руху: а) співпадають з матеріальним потоком; б) мають зворотній напрямок.

Головною метою фінансового обслуговування товарних потоків є забезпечення їх руху фінансовими засобами в необхідних обсягах в потрібні терміни з найбільш ефективних джерел фінансування. У найпростішому випадку кожному товарному потоку відповідає фінансовий потік протилежного напрямку, при цьому фінансовий потік може: 1) випереджати товар (передоплата, авансовий платіж); 2) запізнюватися (післясплата); 3) проходити через банки з використанням таких форм безготівкових розрахунків, як інкасо та акредитив, – коли підприємства-партнери знаходяться в різних містах; коли ж партнери знаходяться в одному місті, то використовуються розрахункові чеки та платіжні доручення.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. З якої науки логістика запозичила класифікацію потоків?
2. Якими параметрами характеризується потік?
3. За скількома ознаками класифікуються потоки?
4. Що таке матеріальний потік?
5. Що таке матеріальний запас?
6. За якими шістьма ознаками класифікують матеріальні потоки?

7. Які відмінності має послуга як товар?
8. Які параметри визначають якість послуг?
9. Які відмінності мають послуги в територіальному аспекті?
10. Що таке інформаційний потік?
11. Як вимірюються інформаційні потоки?
12. За якими ознаками класифікують інформаційні потоки?
13. Визначте фінансовий потік.
14. За якими ознаками класифікують фінансові потоки?
15. Які форми безготівкових розрахунків використовуються, коли підприємства-партнери знаходяться в різних містах?

Розділ 4. ЛОГІСТИКА В РЕТРОСПЕКТИВІ: УКРАЇНСЬКО-ДАВНЬОРИМСЬКИЙ КОНТЕКСТ

4.1. Розвиток та дислокація дорожньої мережі Давнього Риму

Об'єднана Європа в особі Європейського союзу нині інтенсивно працює над створенням Пан'європейської транспортно-логістичної системи, яка, з одного боку, має забезпечити зростаючі потоки вантажів та пасажирів у межах розширеної до 28 країн-членів Спільноти, а з іншого – надійно зв'язати країни ЄС з сусідніми країнами, у т.ч. Україною, яка вже є країною-кандидатом на вступ, та іншими регіонами світу, з якими здійснюються зростаючі обсяги торгівлі товарами та послугами, міжнародних інвестицій тощо. З точки зору єврологістики є істотним не тільки окреслення сучасного стану та перспективних напрямків її розвитку (зокрема, у світлі російської агресії проти України), але й дослідження ретроспективних аспектів (джерел) спільної європейської транспортно-логістичної системи. Недарма давньоримський акведук Пон-дю-Гар, зображений на банкноті в п’ять євро, нині перетворено в міст, яким проходить одна з європейських автодоріг. Давньоримський досвід створення високоякісної, розгалуженої та ефективної системи доріг, яка охоплювала майже всю Європу, багато країн Західної Азії та Північної Африки, опоясувала середземноморські береги і навіть досягала сучасних країн Чорноморського басейну, зокрема України, є корисний і цікавий в нинішніх умовах, коли на новій технічній та будівельно-конструкторській базі відроджуються стародавні торгівельно-транспорті маршрути. Це відноситься зокрема не тільки до Великого

Шовкового шляху, але й до давньоримської трансконтинентальної магістралі Віа Ігнатіа (Ігнатієва дорога). Наукові джерела та публікації з даної тематики є в Україні одиничними, оскільки в такому аспекті (ретроспективному) проблеми єврологістики в логістичній літературі не розглядалися. Разом з тим, у розділі продовжується дослідження проблем формування Пан'європейської транспортно-логістичної системи та участі України в цьому процесі, відображені в працях Бакаєва О.О., Цветова Ю. М., Новикової А. В., Смирнова І.Г. та інших українських дослідників. Метою розділу є розкриття особливостей створення та функціонування системи доріг давньоримської держави, яка не тільки заклала підстави сучасної залізничної та автотранспортної мережі країн Західної Європи, але й вже понад дві тисячі років тому практично реалізувала трансконтинентальні транспортні проекти. При цьому головна увага зосереджена на дислокації давньоримської дорожньої мережі, особливостях її будівництва, а також інфраструктури та управління.

Стародавня Римська держава серед інших видатних пам'яток, що свідчать про найвищий рівень розвитку людської цивілізації на ті часи, залишила нам рештки своєї розвинутої транспортної системи, основу якої становила розгалужена мережа високоякісних брукованих доріг. За великих розмірів території Стародавнього Риму значної важливості набуло оперативне сполучення з віддаленими районами, доставка пошти, торгівельний обмін, переміщення військ та паломників. Всього давніми римлянами було збудовано понад 100 тис. км високоякісних доріг. Дороги римського періоду в деяких місцевостях збереглися і до наших днів. Це стосується і України, де рештки «Віа мілітаріс» – давньоримської військової дороги нині можна знайти в Криму. Колись, на початку нашої ери (62 рік) Рим захотів використати кримські грецькі колонії як форпости проти войовничих "варварів"- скифів та сарматів. Для цього до Херсону за вказівкою імператора Нерона прибула Равенська ескадра римського флоту, що складалася з 40 кораблів – бойових трирем, та везла тритисячний військовий десант легіонерів. Мешканці Херсонесу отримали римське громадянство, а в самому місті розмістився римський гарнізон під командуванням військового трибуна. В зручній гавані Сюмболону (нині Балаклава), що раніше була піратською базою таврів, римляни побудували військові укріплення, а на мисі

Ай-Тодор звели фортецю Гаракс. Від цієї фортеці на захід до Херсонесу і була прокладена «Віа мілітаріс». Точкою перевалу римляни обрали так звану «Чортову драбину» (Шайтан Мердвен, як пізніше назвуть перевал татари). І сьогодні, перевалivши через Шайтан, можна біля десять кілометрів пройти справжньою римською дорогою, створеною за всіма правилами шляхового мистецтва Давнього Риму, та вийти до Байдарських воріт, звідки дорога повертала на Херсонес. На мисі аж до Кільсе-Буруна і нині чітко видно колії, врізані в скальну поверхню колесами возів майже дві тисячі років по тому. Римські легіони залишили Крим у кінці III сторіччя н. е. Форт Гаракс був зруйнований самими легіонерами, які не хотіли віддавати його до рук потенційних ворогів. А Херсонес перейшов під владу Візантії.

Шляхова мережа, якою Рим покрив усю обширну територію своїх володінь, була не тільки досконалим технічним досягненням, але й мала величезне політичне і господарське значення. Вона зробила можливим для володарів Риму заснування та втримання найстарішої імперії в історії Європи. Вона створила шляхи, якими купці, жерці та воїни переміщували елементи майбутніх змін у західній цивілізації. Вона визначила положення майбутніх великих європейських транспортних та адміністративних центрів. Тільки багата та потужна держава, влада якої беззаперечно розповсюджувалася на обширні території, могла виконати таке велетенське завдання, змогла збудувати сотні тисяч км доріг, підтримувати їх у належному стані, забезпечити відповідним облаштуванням та надати надійну поліцейську стражу. Коли Римська імперія розпалася на численні незалежні держави, її велика система доріг підлягла поступовій руйнації, оскільки жодна середньовічна держава – спадкоємець Риму не мала ні необхідної організації, ні фінансів. Іспанські, французькі, німецькі вози немилосердно тряслися або грузнули на дорогах, якими півтори тисячі років раніше римські екіпажі котилися гладенькою поверхнею за будь-якої погоди.

Засади обладнання доріг подібного типу римляни запозичили в своїх західних сусідів – етрусків. Цей етнос, який в IX ст. до н.е. оселився там, де тепер знаходиться італійська провінція Тоскана, залишив блискучі докази своїх технічних здібностей, у тому числі у

місто - та шляхобудуванні. Саме етруски навчили римлян споруджувати стічні канали, акведуки, зводити мости, споруджувати дороги. Але етруски не вийшли за межі будівництва добре нівельованих, осушених польових доріг з гладенькою поверхнею. Щодо римлян, то вони, в порівнянні з етрусками, зробили важливий крок вперед у шляховому будівництві, оскільки до всього вище наведеного вони додали дорожнє покриття, яке було здавна відоме, зокрема на Близькому Сході, але застосовувалося там тільки на коротких ділянках шляхів у обраних місцях. Римляни облаштували це покриття кілометр за кілометром на всіх головних дорогах імперії.

Тільки від Риму відходило більше 30 основних доріг (табл. 4.1). Найвідоміші з них були Латинська, Аппієва, Фламінієва, Емілієва та Аврелієва. Вже в кінці II ст. н.е. Італійський півострів мав декілька доріг першокласного рівня, які проходили по всій довжині півострова та перетинали його в низці місць. Однією з найстаріших була Латинська дорога, що в 334 р. до. н.е. з'єднала Рим з м. Кальві (сучасна провінція Кампанья). Ця дорога прислужилась як римлянам, так і їхнім супротивникам – Піррові, царю Епіру та Ганнібалу. Найбільш жвавою була Аппієва дорога, яку називали «царицею доріг». Її будівництво почалося в 312 р. до. н.е. за цензора Аппія Клавдія та тривало понад сто років. Спочатку дорога з’єднала Рим з м. Капуя та проходила в східному напрямку. Її поверхню почали укладати камінням з 295 р. до н.е. Як і більша частина консулярних доріг (які будувалися під наглядом найвищих магістратів Риму), вона будувалася поступово, відповідно до ступеня політичної експансії Риму та зростання його торгівельних потреб. За Горація, який описав свою поїздку цією дорогою, її продовжили на південь півострову - до Бедевенту та далі - до порту Бріндізію (нині - Бріндізі), в якому спорудженням двох колон сповістили, що це буде Аппієва Траянова дорога. Від Аппієвої дороги відгалужувалися Северова та Доміцієва дороги (в напрямку до Неаполю та Помпеї).

Таблиця 4.1. Головні (консулярні) дороги Стародавнього Риму

№ з/п	Назва дороги	Роки будівництва	Початковий, проміжні та кінцевий пункти (або регіони)	Довжина (км)
1	Латинська	334 р. до н.е.	Рим - Кальві (біля суч. Неаполя)	200

2	Аппієва	312 р. до н.е. - 200 р. до н.е.	Рим - Капуя - Беневент - Бріндізій (Бріндізі)	500
3	Северова	312 р. до н.е.	Відгалуження від Аппієвої дороги до Неаполю	100
4	Доміцієва	312 р. до н.е.	Відгалуження від Аппієвої дороги до Помпеї	100
5	Аврелієва	144 р. до н.е.	Рим - Генуя	360
6	Кассієва	300 р. до н.е.	Рим - Етрурія	200
7	Клодієва	300 р. до н.е.	Рим - Етрурія	300
8	Цимінова	300 р. до н.е.	Рим - Етрурія	300
9	Фламінієва	З 268 р. до н.е.	Рим - Арімін (Ріміні)	300
10	Емілієва	З 187 р. до н.е.	Плаценція (П'яченца) - Парма - Бононія (Болонья) - Арімін (Ріміні)	300
11	Емілієва (продовження на північний захід)	З 60 р. до н.е.	Плаценція (П'яченца) - Медіолан (Мілан) - Августа Преторія (Аоста)	60

На північ від Риму вели Аврелієва, Кассієва, Фламінієва та Емілієва дороги. Аврелієва дорога була збудована не пізніше 144 р. до н. е. та проходила вздовж західного узбережжя Тірренського моря до Генуї, де з'єднувалася з дорожною мережею річки Падус (По) та закінчувалася в Арелаті (нині Арль) в Південній Галлії. Кассієва дорога разом з дорогами Клодія та Циміна були першими трасами від Риму до сусідньої Етрурії. Скоріше всього вони виникли внаслідок з'єднання між собою створених етрусками ділянок доріг.

Фламінієва дорога будувалася з 268 р. до н. е. Вона закінчувалася на Адріатичному узбережжі в Аріміні (нині Ріміні), де з'єднувалася з Попілієвою дорогою, яка вела далі на північ - до Паннонії (теперішні Австрія та Угорщина). Емілієва дорога (з 187 р. до н. е.) була однією з небагатьох доріг, що не відходила від Риму. Вона з'єднувала Плаценцію (П'яченца) через Парму і Бононію (Болонью) з Аріміном (Ріміні). За імператорів її продовжили на північ від Плаценції до Медіолану (Мілан) та Августи Преторії (Аоста) в Альпах.

В міру того, як Рим збільшував свої володіння, наступним кроком розвитку його транспортної (дорожньої) інфраструктури було спорудження доріг за межами Італії (табл. 4.2). Це відповідало насамперед меті забезпечити безперервний доступ військовим з'єднанням, а також різноманітних указів з столиці до командирів легіонів та чиновників у

всіх кінцях Римської держави. Хоча давньоримські чудові дороги активно використовувалися численними торговцями та подорожуючими, вони були побудовані воїнами та, в першу чергу, мали військове призначення. У володіннях на схід від Італії найважливішою та найвідомішою була Ігнатієва дорога (або Віа Ігнатіа). Вона починалася в порту Діррахій (нині Дуррес в Албанії) і через Македонію та Фессалоніку (Салоніки, Греція) доходила до Костянтинополя. Побудований між 146 та 120 рр. до н.е., цей шлях мав довжину 860 км. Дорожня мережа в Греції та на Близькому Сході була свого часу створена еллінами, до них персами, а ще раніше - ассірійцями. Тому римляни в цих районах лише відремонтували та зміцнили дороги, що існували до них. У I ст. н.е. подорожуючі, що прибули Ігнатієвою дорогою до Візантії, перепливши через Боспор (нині Босфор), могли розраховувати на гарні дороги, які вели через Малу Азію та Сирію до Олександрії Єгипецької.

Таблиця 4.2. Дорожня мережа Давньоримської держави в Європі, Азії, Африці

№ з/п	Назва дороги	Роки будівництва	Початковий, проміжні та кінцевий пункти (або регіони, країни)	Довжина (км)
I. Європа				
1	Ігнатієва (Віа Ігнатіа)	146-120 рр. до н.е.	Діррахій (Дуррес, Албанія) - Фессалоніка (Греція) - Костянтинополь (Стамбул, Туреччина)	860
2	Попілієва	З 268 р. до н.е.	Арімін (Ріміні) - Аквілея (біля Венеції) Паннонія (Австрія, Угорщина)	~600
3	Аврелієва (продовження на північний захід)	З 144 р. до н.е.	Генуя - Арелат (Арль, Франція) - Лугдун (Ліон) - Дурокортор (Реймс) - Лондиній (Лондон)	~800
4	Аврелієва (продовження на північний схід)	З 144 р. до н.е.	Генуя - Массілія (Марсель, Франція) - Цезароавгуста (Сарагоса) - Кордуба	~1550

			(Кордова) - Гаде (Кадіс, Іспанія)	
5	10 доріг через Альпи (через перевали Мон-Женевр, Великий та Малий Сен-Бернар, Шплюген, Юлійський та інші)	2 ст. до н.е.	5.1. Італія (Августа Преторія, суч. Аоста) - Галлія, Гельвеція (суч. Франція, Швейцарія) 5.2. Італія (Аквілея) - долина Данубія (Дунаю)	~300
6	Віа Мілітаріс на території сучасної України (Кримський півострів)	62 р. н.е.	Херсонес - Сюмболон (Балаклава) - перевал Шайтан-Мердвен - фортеця Гаракс на мисі Ай-Тодор (біля Ялти)	~450 100
II. Південно-Західна Азія (Близький Схід)				
7	-	1 ст. до н.е.	Костянтинополь - Пергам - Ефес - Апамея (суч. Туреччина) - Антіохія (Сирія) - Петра (суч. Йорданія) - Олександрія Єгипецька	~2000
III. Північна Африка				
8	-	1 ст. до н.е.	Олександрія Єгипецька - Карфаген - Тевесту - Сірту - Костянтину в Мавританії (суч. Туніс, Алжир, Марокко)	~3000

Щодо західних володінь Риму, то тут існували дороги, що використовувалися галльськими племенами. Але доведення їх якості до рівня римських дорожних стандартів вимагало чималої праці. Так прибережна дорога з Генуї (Аврелієва) була продовжена через Массілію (Марсель), Нарбон та Таррагону аж до Гадеса (Кадіс) на крайньому півдні атлантичного узбережжя Іспанії (до Геркулесових стовпів). Більше десяти доріг перетинали Альпи через перевали Мон Женевр, Великий та Малий Сен-Бернар, Шплюген (назви сучасні) та Юлійський перевал у Галлію та Гельвецію (нині Швейцарія), а з Аквілеї через декілька низько розташованих перевалів дороги вели в долину Данубія (Дунаю). За якихось нам невідомих причин римські дорожні інженери проігнорували декілька перевалів, найбільш підходящих з сучасної точки зору. Так до останніх років II ст. до н. е.

не було дороги через найбільш відомий нині перевал між Австрією та Італією Бреннер; жодна дорога не була побудована через Мон-Сені, Симплон, Сен-Готард. У Північній Африці протяжна дорога вела з Олександрії на захід у Мавританію (до сучасних Алжиру та Марокко).

Таким чином, вже на початку нашої ери, тобто понад 2000 років тому, Середземне море було охоплене кільцем майже безперервних доріг вздовж своїх дуже неоднорідних за рівнем розвитку узбережжя. Головні дороги та відгалуження, як промені, розходилися вглиб Європи та Азії, натомість у Північній Африці вони не заходили глибоко всередину материка. В кожній римській провінції два-три міста ставали вузловими центрами місцевої дорожньої мережі. В подальшому більшість таких міст перетворилися в центри колісних, а потім і залізничних шляхів. У них і сьогодні під асфальтом або рейками можна знайти бруковану поверхню римської дороги. В Іспанії подібними центрами були Цезароавгуста (нині Сарагоса), Кордуба (Кордова) та Емерита (Мерида). В Галлії транспортними перехрестями були (і залишаються нині у Франції) Лугдун (Ліон), Дурокортор (Реймс). У Британії це був Лондиній (Лондон), в Італії - Рим, Медіолан (Мілан) та Аквілея (остання після падіння імперії поступилася місцем сусідній Венеції). В численних розвинених грецьких державах у Малій Азії вузловими центрами стали Пергам, Ефес і Апамея, в Північній Африці - Карфаген (у нинішньому Тунісі), Тевесте та Сірту-Костянтину (теперішній Алжир). Занепад античної цивілізації в Малій Азії та Північній Африці перетворив більшість цих центрів у сьогоднішні міста - привиди або занедбані поселення.

4.2. Проєктування та будівництво доріг

Як же будувалися римські дороги? «Траси визначалися за прямими лініями. Дороги мостили обтесаним камінням або покривали шаром щільно збитого піску. Там, де шлях перетинали річки або яри, будувалися мости та зводилися насипи, а потім рівні з обох сторін точнісінько підганялися так, що вся робота в цілому була радістю для ока», - так Плутарх описував будівництво, яке здійснювалося під керівництвом Гая Гракха в 123-121 рр. до н. е.. Мова Плутарха може видатися дещо претенціозною, але автор нічого не

перебільшив. Він відобразив головні дороги Риму, що споруджувалися саме в такий спосіб (рис. 4.1). Характерною рисою римської дороги була її прямолінійність. Вона біжить, як летить стріла, при цьому має рівну поверхню. Навіть там, де траса дороги не є ідеально прямою, як наприклад у Британії, протягом 40-50 км вона має відхилення тільки у 800 м. Подорожуючи нині Європою, легко можна відрізнити дороги, збудовані римлянами, оскільки вони проведені прямими лініями за мінімального числа поворотів. Традиції давньоримського проектування та будівництва доріг широко застосовувалося багатьма країнами Середньовічної Європи протягом багатьох пізніших віків, що видно і в Україні. Так, саме в такий спосіб за часів Речі Посполитої було збудовано в'їздну дорогу до міста-фортеці Кам'янця-Подільського з сторони т.зв. Польських фільварків (у т.ч. дві прямі лінії дороги на схилі, один поворот, використання броду на р. Смотрич). Давньоримські засади місто та шляхобудівництва простежуються також і в Чернівцях, де за часів Австро-Угорської монархії були спорудження основні вулиці, що ведуть з долини р. Прут (від залізничного вокзалу) до центру міста, розташованого на височині. Опукла друкована поверхня чернівецьких вулиць і нині сприяє миттєвому стоку дощових опадів та снігу за його танення навесні. Через це калюж на вулицях цього міста ніколи не буває, а бруківка стає сухою за перших сонячних променів. Для порівняння в м. Житомирі під час дощу калюжі перекривають повністю навіть центральні вулиці і перехожі змушені рухатись чіпляючись за паркани. Нехтування римськими традиціями будівництва дренованих дорожних систем простежується нині навіть у м. Києві, зокрема при спорудженні наземних виходів з деяких станцій метро (наприклад, Героїв Дніпра, Дружби народів), що призводить до їх регулярного підтоплення підчас злив.

Римській державі потрібні були в першу чергу дороги з великою пропускною спроможністю в усі пори року та за будь-якої погоди. Іншими словами ці дороги слід було розміщувати на твердій ретельно осушеній підставі, а там, де рух був особливо жвавим - вкрити міцною поверхнею. Це було грандіозне завдання для римських інженерів та техніків, оскільки їхні можливості були обмежені, особливо щодо робочої сили та технічних засобів. На спорудженні основних комунікаційних артерій працювало військо, однак часто

воно не могло виділяти значні контингенти для такої довготривалої роботи. Використовувалися найпростіші інструменти: кирка, молот, кайло, заступ. З траси наміченого шляху усували скелі: їх трощили кирками. Землю з траси викидали заступами. Скельні уламки та землю виносили в кошиках (тачки, що вже були відомі на той час в давньому Китаї, дістали застосування в Європі тільки за часів Середньовіччя). За допомогою таких досить примітивних інструментів давньоримські будівельники доріг досягли дуже значних результатів. Наприклад, у Тарацині (нині Терачіна, Італія) між схилом гори та морем для Аппієвої дороги була відколота частина скелі товщиною 126 футів (понад 40 м) і ця цифра була вибита на скелі. Сучасне шосе, що розташоване на бувшій Фламінієвій дорозі, проходить крізь тунель довжиною 37 м, який був споруджений у 77 р. н. е. Збереглися тунелі, що нині не використовуються, довжиною до 900 м. Але римські будівники доріг зверталися до подібних робіт тільки тоді, коли це було конче необхідним. Їхні звичайні рішення передбачали вміле використання власних властивостей певної ділянки землі, а не боротьбу з ними.

Будуючи дорогу на рівнині, як наприклад, у долині річки Падус (нині По), її прокладали напряму, трохи підвищуючи над рівнем навколишніх полів. Це допомагало не тільки при осушенні, оскільки на ділянках, де накопичувався сніг, навіть після великих снігопадів дороги залишалися вище його рівня. В горбистій або гірській місцевості дороги прокладали на схилах горбів та гір, навіть якщо це призводило до викривлення та подовження траси. Сучасне шосе часто звивається по дну долини, в той час як його римська дорога-попередниця завжди знаходиться високо над долиною, проходячи схилами. Римляни намагалися уникати прокладання доріг на болотистому або навіть вологому грунті, щоб забезпечити шляхи від весняних повеней. Слід пам’ятати, що дороги будувалися перш за все у військових цілях, саме тому відкіс з однієї сторони та прірва з іншої оберігали римські загони від атак з обох боків дороги. Для римських проектувальників додаткові вигини дороги не були надто високою ціною, яку слід було заплатити за безпеку легіонів під час їхнього маршу.

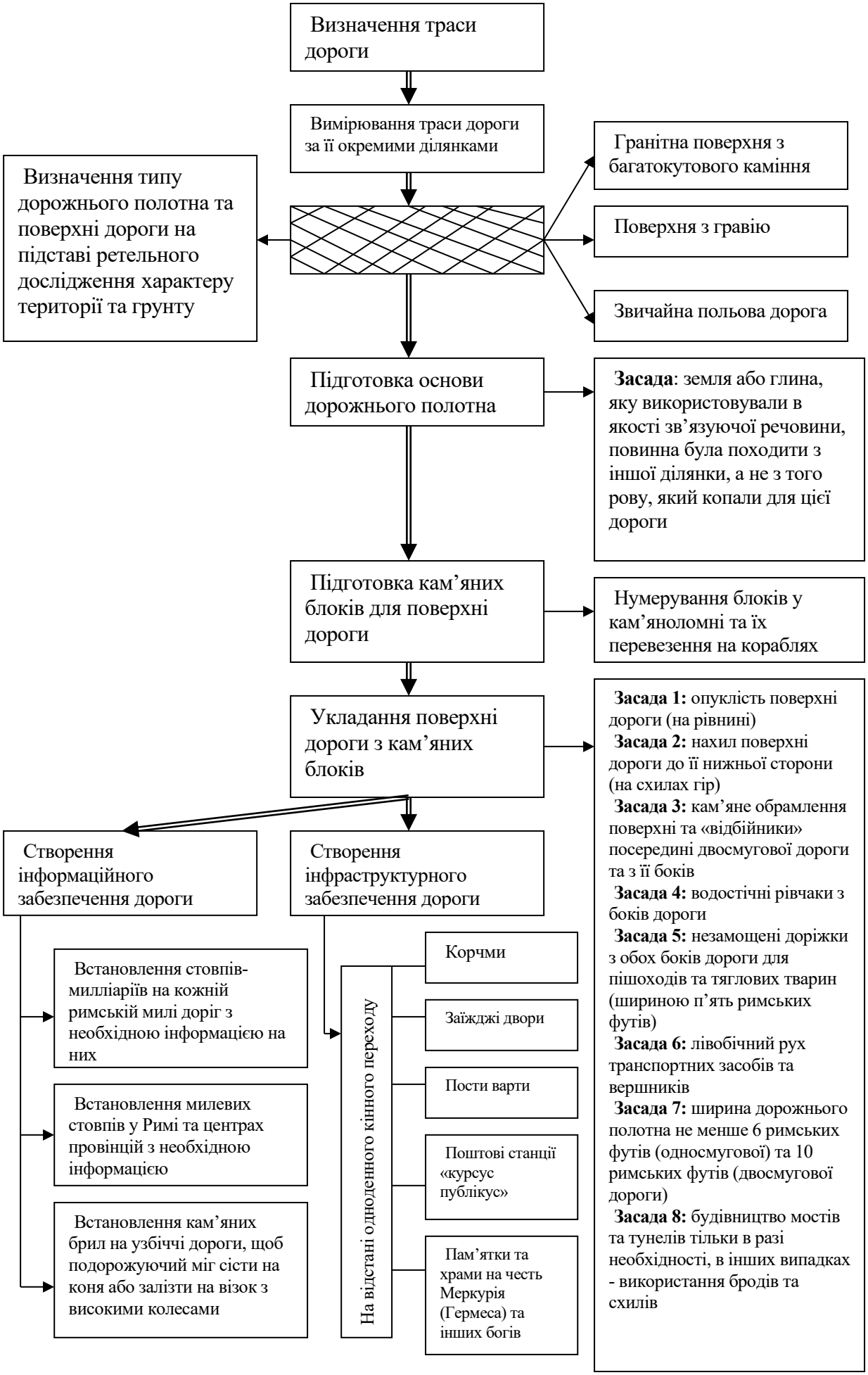

Визначення траси дороги
Вимірювання траси дороги за її окремими ділянками
Визначення типу дорожнього полотна та поверхні дороги на підставі ретельного дослідження характеру території та грунту
Гранітна поверхня з багатокутового каміння
Поверхня з гравію
Звичайна польова дорога
Підготовка основи дорожнього полотна
Засада: земля або глина, яку використовували в якості зв'язуючої речовини, повинна була походити з іншої ділянки, а не з того рову, який копали для цієї дороги
Підготовка кам'яних блоків для поверхні дороги
Нумерування блоків у кам'яноломні та їх перевезення на кораблях
Укладання поверхні дороги з кам'яних блоків
Засада 1: опуклість поверхні дороги (на рівнині)
Засада 2: нахил поверхні дороги до її нижньої сторони (на схилах гір)
Засада 3: кам'яне обрамлення поверхні та «відбійники» посередині двосмугової дороги та з її боків
Засада 4: водостічні рівчаки з боків дороги
Засада 5: незамощені доріжки з обох боків дороги для пішоходів та тяглових тварин (шириною п'ять римських футів)
Засада 6: лівобічний рух транспортних засобів та вершників
Засада 7: ширина дорожнього полотна не менше 6 римських футів (односмугової) та 10 римських футів (двосмугової дороги)
Засада 8: будівництво мостів та тунелів тільки в разі необхідності, в інших випадках - використання бродів та схилів
Створення інформаційного забезпечення дороги
Створення інфраструктурного забезпечення дороги
Встановлення стовпів-мілліаріїв на кожній римській милі доріг з необхідною інформацією на них
Встановлення милевих стовпів у Римі та центрах провінцій з необхідною інформацією
Встановлення кам'яних брил на узбіччі дороги, щоб подорожуючий міг сісти на коня або залізти на візок з високими колесами
На відстані одноденного кінного переходу
Корчми
Заїжджі двори
Пости варти
Поштові станції «курсус публікус»
Пам'ятки та храми на честь Меркурія (Гермеса) та інших богів

Рис. 4.1. Етапи та засади спорудження давньоримських доріг

Після прийняття кінцевого рішення щодо того, куди повинна була прокладатися дорога, римські будівельники приступали до вимірювання траси - і це завдання часто ставало серйозним випробуванням для примітивних інструментів, що були в їхньому розпорядженні. Дороги прокладали окремими прямолінійними ділянками, тому часто, в зв'язку з неточним вимірюванням величини ухилу, ці фрагменти з'єднувалися нерівно або відрізнялися за своїм рівнем. Наступним кроком було ретельне дослідження території та грунту з метою визначення типу дорожнього полотна. Сучасні археологічні дослідження решток римських доріг у різних частинах Західної Європи (зокрема в Італії та Франції) виявили дві їхні головні особливості. По-перше, римляни не застосовували цемент до підстави доріг; по-друге, вони ніколи не дотримувалися одного і того ж типу дорожнього полотна, оскільки його вибір залежав від ґрунту і характеру території, де прокладалася дорога.

Давньоримська дорога повинна була мати поверхню, стійку за довільних погодних умов. Там, де рух не був інтенсивним (наприклад, у віддалених провінціях), технологія покриття дороги полягала в нанесенні на неї верстви гравію. Щодо доріг з дуже активним рухом (наприклад, Аппієва чи Фламінієва), то їхню поверхню мостили багатокутним камінням з базальту (кварцу), граніту чи порфіру - міцних вулканічних порід. Кам'яні блоки мали в діаметрі 50 см, а товщину до 20 і більше см. Їх укладали разом, як мозаїку. Такі блоки утворювали абсолютно гладеньку поверхню. Оскільки вулканічні породи можливо видобувати, відколюючи багатосторонні блоки, найпростішим способом створення досконалого дорожнього покриття було укладання їх в тому порядку , в якому вони знаходилися в кам'яноломні. З цією метою їх там нумерували та вантажили партіями на кораблі.

Головною проблемою була підготовка дорожнього полотна, яке б попереджало зсув каміння та появу понижень дороги, які не тільки викликали тряску при проїзді, але й затримували дощову воду, що в кінці кінців могло призвести до розмиття дороги. Як сказав римський поет, що спостерігав за будівництвом дороги на м'яких піщаних грунтах біля

Неаполю, техніки повинні були «таким чином приготувати дорожнє полотно під поверхню, щоб земля не піддалася, щоб фундамент не виявився хитким, щоб полотно не виявилося неміцним, коли на нього будуть тиснути мостильні блоки». Часом дорога йшла таким твердим грунтом, що не було необхідності накладати якесь полотно і єдине, що залишалося зробити робітникам, - це нівелювати ділянку та помістити кам'яні блоки безпосередньо на грунт (збереглася ділянка такої дороги, що вела з Антіохії до Халкиди в Сирії). Там, де земля була дуже м'якою доводилося копати рови, щоб досягти твердої основи, а у ровах поміщати заокруглене каміння в масі глини. Товщина дорожнього полотна залежала від того, наскільки глибоким був рів. Якщо дорога повинна була бути підвищеною, то полотно робили таким високим, що воно перевищувало рівень грунту аж до необхідної висоти. При цьому римські будівельники неухильно дотримувалися наступної засади: земля або глина, які використовувалися в якості зв'язуючої речовини, повинна була походити з іншої ділянки, а не з того рову, який копали для цієї дороги. Боки дорожніх насипів оберігали від розмивання за допомогою терасоподібних стінок, польового каміння або тесаних блоків там, де необхідно було забезпечити декоративний ефект. Часами землевимірювальники не могли уникнути проведення дороги крізь болота та піски. Тоді будівельникам доводилося сильно потрудитися, щоб підготувати належне дорожнє полотно. Єдиним способом було копання глибокого рову та вкидання туди стільки скельних блоків, поки вони не створювали достатньо потужної та надійної основи. Якщо це не допомагало, то будівельники забивали в рів дерев'яні палі та поміщали на них дерев'яний настил, поверх якого вкладався шар гравію.

Коли дорожнє полотно було готове, муляри приступали до підготовки кам'яних блоків для поверхні дороги. Їх укладали таким чином, щоб надати поверхні опуклість, тобто дорога посередині була дещо вища, ніж з її боків, завдяки чому дощова вода могла стікати з її поверхні. На дорогах, що йшли схилами, цю мету досягали не значним нахилом поверхні до нижчої сторони. Нарешті, принаймні на великих дорогах, з обох їх сторін улаштовували кам'яне обрамлення. Із його зовнішнього боку прокладали водостічні рівчаки та незамощену доріжку для пішоходів та тяглових тварин. На узбіччі на певній

відстані одна від одної встановлювали кам’яні брили, щоб подорожуючий міг сісти на коня верхи (це було дуже зручно в ті часи, коли ще не знали стремен) або залізти на візок з високими колесами. Всі римські дороги обов’язково мали з обох сторін рівчаки для відведення дощової води.

Не тільки дорожнє полотно але й поверхня давньоримських доріг розрізнялася залежно від ґрунту та території. Так, у Північній Африці навіть головні дороги були шляхами, прокладеними просто на піску. В гористих місцевостях дорогу часто вибивали в скелі у вигляді горизонтальної поверхні відповідної ширини. В окремих місцях додавали штучні колії, що були подібні до тих, які робили за декілька століть до цього елліни та етруски, щоб зробити можливим проїзд без ковзання. Часом якість дороги визначалася умовами життя, а не засадами конструкції. Так, археологами було виявлено ділянку першокласної дороги, за якою слідував немощений шлях середньої якості. Схоже на те, що в даному випадку досвідчені будівельники виконали першу частину дороги, а потім за якоюсь причиною, були відізвані та залишили завершення роботи місцевим виконавцям.

Ширина римських доріг була різною. Аппієва дорога, перша римська дорога великого масштабу, місцями досягала ширини десять римських футів (біля 3 метрів). Отже, це була зручна двосмугова дорога, на якій два вози могли з легкістю їхати бік о бік.

В інших місцях ширина цієї дороги зменшувалася до восьми римських футів, що являло мінімум для двосмугової дороги. Більшість доріг, що вели до Риму, перед вї'зною брамою розширялися до 30 та більше римських футів. Усі ці цифри відносяться до самої дороги, тобто до тієї її частини, якою користувалися вершники та візки. Кам'яні обрамлення та пішохідні доріжки становили додаткових п'ять римських футів (1,5м).

Окремо слід сказати про Ігнатієву дорогу або Віа Ігнатіа – давньоримську дорожню магістраль, яка починалася в м. Дурресі (сучасна Албанія) та вела до Костянтинополя. Вона була продовженням Аппієвої Траянової дороги, з'єднувала Рим та Костянтинополь найкоротшим шляхом, включаючи ділянку морських перевезень від порту Брундізій (нині Бріндізі на півдні Італії) до порту Дуррес. Отже, Віа Ігнатіа можна назвати попередницею сучасних транс'європейських мультимодальних транспортних коридорів. Вона була

побудована між 146 та 120 рр. до н.е. та мала довжину біля 900 км. Ширина вимощеного камінням дорожнього полотна становила понад 9 м. Інфраструктура цього давньоримського "швидкісного шосе" включала розташовані на узбіччі корчми та заїжджі двори, ремонтні майстерні та поштові станції, на яких змінювали коней. Ці об’єкти розміщувалися вздовж всієї дороги на відстані одноденного кінного переходу. Дохід від їхньої експлуатації призначався на підтримку дорожньої мережі. Крім того, вздовж дороги на тій самій відстані були розміщені пости, де чергувала варта, яка відповідала за безпеку на трасі. На Віа Ігнатіа, як і на інших римських дорогах, були встановлені так зв. "відбійники" – спеціальні кам'яні бордюри всередині та по краях проїжджої частини, що виключали зштовхування зустрічних возів та їх падіння з дороги до узбіччя. Рух на Віа Ігнатіа, як і на інших дорогах Давнього Риму, був лівостороннім – щоб зустрічні візки не потрапили під батоги візниць, які ті тримали в лівій руці. Великі ділянки Ігнатієвої дороги у відносно доброму стані збереглися аж до початку XIX ст., однак протягом останніх двох століть ця давньоримська дорога була частково розібрана на будівельні матеріали, а частково похована під пізнішими культурними нашаруваннями. На початок розкопок на поверхні залишилося лише три км з усієї величезної дороги, з яких неможливо було уявити, як вона виглядала за античних часів. Усю складність конструкції давньоримської дороги вдалося виявити лише під час будівництва її сучасної "реінкарнації" – швидкісного транс'європейського шосе "Ігнатіа", траса якого проходить майже паралельно Віа Ігнатіа. Цей сучасний європейський транспортний проект оцінюється у $8 млрд., а терміном його закінчення визначено 2010 р. До речі єврошосе «Ігнатіа» частково належить до складу Пан'європейського мультимодального транспортного коридору №8 (Дуррес -Тірана - Скоп'є – Софія – Пловдів – Бургас - Варна).

У гірських місцевостях, де рух був невеликим, а спорудження дороги вимагало багато зусиль та часу, римляни будували дороги мінімальної ширини. У вузьких проходах дороги часом звужувалися до однієї смуги шириною біля 6 римських футів з облаштуванням роз'їздів, що надавало можливість возам розминутися. На ділянках, де неможливо було ні вибити дорогу в скелі, ні прокласти тунель, будівельники закріплювали на скелі дерев'яний помост,

облаштовуючи на ньому дорогу. При цьому нахил такої дороги ретельно розраховувався і міг складати до 15º (досить стрімкий з сучасної точки зору). Зрозуміло, що така дорога потребувала постійного догляду та консервації та не була безпечною. Але римлян це влаштовувало. Так, сучасна дорога ,що веде на перевал Малоя (між Італією та Гельвецією – Швейцарією) нараховує 22 повороти, а давньоримська – тільки три.

Римляни будували свої дороги високо над дном долин, щоб перетнути річки там, де можливо було переправитися вбрід, і взагалі вони не відмовлялися від використання бродів. Часом для цього вони заповнювали русло потоку пласким камінням. Там, де це було неминуче, вони будували мости: на віддалених теренах - дерев'яні, на головних трасах – міцні кам'яні мости з брукованими дорогами. Мости споруджувалися у формі арки або декількох арок, які спиралися на масивні кам'яні бики. Наприклад, Фламінієва дорога неподалік від Нарнії проходить над річкою мостом, центральна арка якого має біля 20 м висоти, а проліти - понад 30 м кожний. Міст над р. Таг (Тахо) поблизу м.Емерита (західна частина Іспанії), збудований за часів імператора Траяна, і сьогодні постійно відкритий для руху. Його шість прольотів досягають висоти 75 м над поверхнею річки. Римські інженери проектували мости з довгими під'їзними рампами з кожної сторони з тим, щоб поверхня мосту була якомога більше наближена до рівня дороги.

Оскільки дороги вели з густонаселених територій вглиб країни, вони в міру віддалення від великих центрів поступово втрачали свої зручності, пішохідні доріжки, обрамлення і наприкінці, елегантну поверхню з баготокутової бруківки. Вимощені ділянки знаходилися тільки при в'їздах до міст, на перехрестях та в інших важливих пунктах, решта доріг вже не була вимощена базальтом або гранітом, а їхня поверхня була вкрита шаром шлаку або гравію. При цьому дорожнє полотно було зроблене по-старому ретельним римським способом, шляхом викопування ровів аж до досягнення рівня твердої основи та розміщення там товстого шару природно закругленого каміння, що було залите глиняним розчином. Якщо виникала необхідність, дно такого рову зміцнювалося верствою плаского каміння. Верхня частина дорожнього полотна згладжувалася і після надання їй опуклого кшталту утворювала поверхню дороги. Всі другорядні дороги теж будувалися в такий або примітивніший спосіб.

Найгіршим видом була звичайна польова дорога, відома ще з часів цивілізацій Стародавнього Сходу.

4.3. Інфраструктура та управління дорогами

Щоб підтримувати розгалужену систему давньоримських доріг у належному стані, був створений спеціальний адміністративний штат при кожній дорозі. З одного боку, він виконував політичні та військові завдання, з іншого – відповідав за зручності подорожуючих і з цією метою включав різні інстанції. Загальне керівництво цим потужним бюрократичним механізмом здійснював ще з часів його фундатора Августа особисто імператор. Важливі дороги знаходилися під опікою сенаторів в ранзі претора. Претор – це вищий магістрат, який відповідав за судочинство, мав право командувати військами та керувати провінціями в повному обсязі цивільної та військової влади. Це була друга особа в ієрархії римських чиновників після консулів. Сенатор-опікувач дороги мав у своїх обов'язках: слідкувати за станом дороги; здійснювати керівництво ремонтними працями; надавати дозволи щодо будівництва споруд на прилеглих до дороги землях; наказувати руйнувати всі споруди, зведені на цих землях без його дозволу; вирішувати всі спірні справи, пов'язані з данною дорогою. Сенатори – опікувачі доріг, як і коменданти з їх охорони, підкорялися безпосередньо імператору і ним призначалися. В свою чергу, сенатору-опікувачу дороги підлягали: префект преторію (відповідальний за загальний рівень обслуговування подорожуючих), префект возів (відповідальний за транспортні засоби), префект табеларіїв (гінців), префект куріозів (інспекторів) (рис. 4.2).

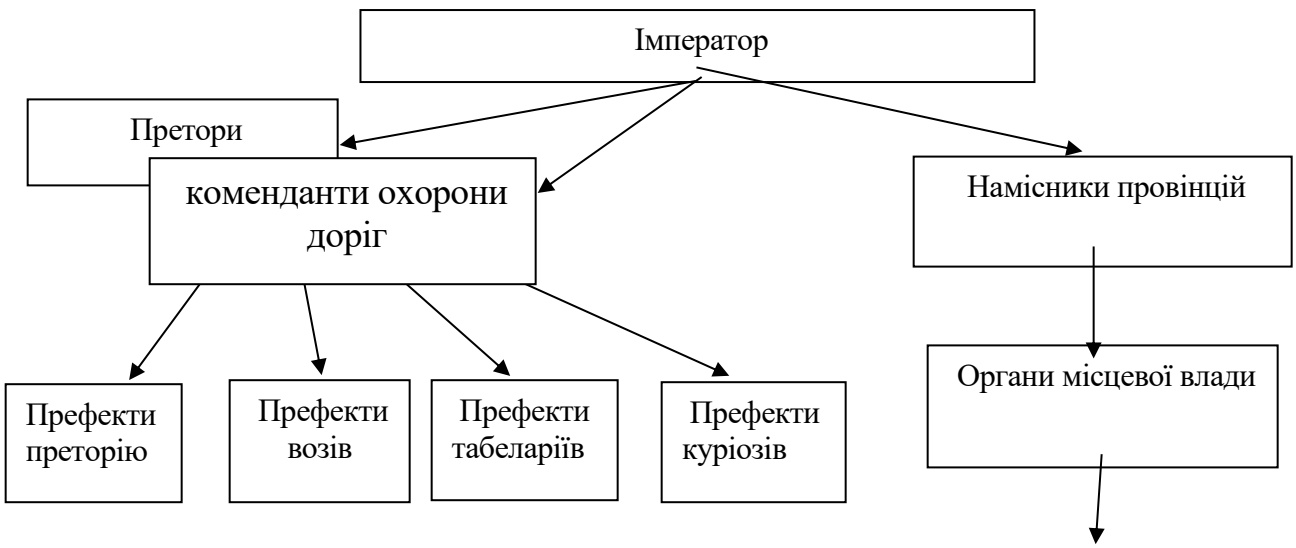




Рис. 4.2. Структура управління шляховим господарством Римської імперії

На всіх дорогах Римської імперії діяв т. зв. "курсус публікус" (державна пошта), що відповідав за обслуговування осіб, які подорожували в державних справах. Це були різноманітні чиновники і гінці, що здійснювали зв'язок між Римом та провінціями. Їхній спеціальний статус засвідчував т. зв. "диплом" (евекціо), який надавав пріоритетне право використовувати як приватні, так і державні (публічні) засоби пересування та зупинятися в заїжджих дворах, що були розміщені вздовж дороги. Такий "диплом" являв собою диптих – дві навощені таблички, складені разом. У них вказувався рік, ім'я імператора, була відповідна печатка. Термін такої "подорожньої грамоти" закінчувався за рік, або разом зі смертю імператора, ім'я якого було вказане в диптиху.

Державне управління дорожньою мережею віддавало перевагу Італії за рахунок провінцій. В Італії кожна велика дорога мала власного куратора (уповноваженого сенатора), що був зобов'язаний проводити ремонт та утримувати дорогу в належному стані. В провінціях відповідальність за дороги, як і за все інше, ніс намісник. Відповідно він видавав розпорядження місцевій владі, яка повинна була ремонтувати споруджені воїнами дороги та будувати на підставі відповідних креслень додаткові дороги. Як виконувалися ці накази, то вже інша справа. Населення провінцій було і так перевантажене податями та необхідністю утримання інших служб, щоб додатково ретельно займатися ще й дорогами.

Останнім етапом облаштування давньоримської дороги було встановлення мілліаріїв – милевих стовпів на кожній римській милі (тисяча п'ятистопних кроків, біля 1480 м). Плутарх писав про Гая Гракха: «Крім того Гай розмірив кожну дорогу, від початку і до кінця по одній милі (вісім стадіїв) та відзначив відстані кам'яними стовпами». В Італії на

кожному з них була вибита цифра, що позначала відстань від Риму, або від міста, з якого дорога починалася в тій або іншій провінції. Часом на стовпах вказувалася відстань між містами, а іноді – від початку дороги. Так, у Галлії на дорогах, що відходили від Лугдуну (нині Ліон), позначали відстань від цього міста. В окремих випадках на стовпах могло міститися більше інформації, у т. ч. відстань до кінця дороги, або до трьох – чотирьох пунктів на дорозі. В самому Римі на одному з рогів Форуму стояв "золотий" милевий камінь, на якому позолочені цифри вказували відстань від Риму до найважливіших місцевостей держави. Центри провінцій мали свої милеві знаки, подібні римському. Для подорожуючого, який рухався пішки, на коні або у візку та роздумував над тим, скільки йому залишилося шляху, щоб знайти харчування та ночівлю або змінити коней, милеві стовпи були дуже важливим джерелом інформації. Недарма, деякі місцевості дістали свої назви від цифри, вибитої на стовпі або від самого стовпа.

Наприклад, на дорозі з Марселю до Екс-ан-Прованс існує поселення Кар (від латинського "квартум", за римських часів це означало "ад квартум ляпідем" – при четвертому камені). За три милі звідси, тобто на відстані семи миль від Марселю розташоване село Сетем (від "септімум" - сьомий). За дев'ять миль від Марселю в середні віки існувала "Вілла де Ноно" (тобто "вілла на дев'ятій милі"), а за чотирнадцять миль нині знаходиться місто Миль, яке дуже вірогідно, отримало свою назву від поставленого там римлянами милевого стовпа – мілліарія. Населений пункт Альбіум Інтімиліум (Італія) на Аврелійовій дорозі між містами Саво (нині Савона в Італії) та Нікея (нині Ніцца у Франції) сьогодні має назву Вентімилья (дослівно – "двадцята миля").

Окрім милевих стовпів при дорогах ставилися пам'ятники богам, зокрема на честь Меркурія або його грецького аналога Гермеса, священного заступника подорожуючих. Вони мали різноманітний характер, починаючи від повністю завершених придорожніх храмів та окремо стоячих фігур богів, часто простих та суворих на вигляд, та закінчуючи звичайними купами каміння, що називалися "горби Меркурія". Ці горби символізували давньоримське божество і подорожні не гребували старовинним звичаєм покладання жертви у вигляді додавання до купи ще однієї каменюки.

Інформаційне забезпечення давньоримських доріг також передбачало і підготовку спеціальних путівників – ітинераріїв (від лат. Iter – шлях), які складалися початково за окремими провінціями, а згодом – для всієї імперії. Ітинерарії містили інформацію про станції на римських дорогах з вказівкою відстаней між ними та про найкоротші шляхи до найблтжчих доріг. Єдиний такий путівник у вигляді книги, який зберігся до наших днів, це «Ітинерарій провінцій Антоніна Августа». Він містить опис усіх доріг імперії, кількість яких досягала 372 (від Британії до Африки включно), а довжина – 53638 римських миль (одна римська миля – milliarium – дорівнювала 1000 подвійних римських кроків, або 1,4835 км). Ітинерарій Антоніна не обмежувався простим переліком окремих станцій, а включав також відомості про дану округу або місцевість, що збільшувало його практичне значення. Крім цього, згідно свідоцтва давньоримського письменника Венеція Флавія, використовувалися «анотовані ітинерарії» та «ітинерарії з рисунками». Останні були у вигляді графічних креслень та ескізів і цим вони були подібні до нинішніх дорожніх мап. Зберігся екземпляр такого путівника – «Пейтингерові таблиці» XIII ст. (копія з оригіналу III ст.), що складаються з 12 пергаментних листів та містять графічні креслення всіх доріг Римської імперії (крім провінцій Крайнього Заходу, що не збереглися). Цінність таблиць полягає в тому що довжина доріг позначена як у римських милях, так і в персидських фарсангах (1 фарсанг = 6210 м) та точною вказівкою пунктів зупинок. Ці таблиці використовувалися в період найбільшої могутності Римської імперії. Коли ж в останній стало пануючим християнське віросповідання, з’явилися путівники доріг, що провадили до святинь християнства в Палестині та Сирії. Так, у 333 р. був складений «Бурдигальський ітинерарій» (автор невідомий) з інформацією про зупинки на шляху від міста Бурди гали (нині Бордо, Франція) до Єрусалиму. У пізнішій Східно-Римській (Візантійській) імперії традиція складання таких путівників продовжувалася. В якості їхніх зразків можна навести твори Прокопія Кесарійського(VI ст.), Микити Хоніата (пом. 1213р.), Георгія Кодіна (пом. 1453р.). Ця традиція досягла і Давньоруської держави (Київської Русі), де подібні твори називалися «хоженіями», серед них можна назвати «Хоженія» Данила з Чернігова (XII ст.).

У середньовічній Європі всюди, де це було можливе, використовувалися римські дороги. Оскільки там на коней почали одягати хомути, на візках стали перевозити більш важкі вантажі. Римські дороги не були розраховані на таку вагу і поступово почали руйнуватися. Єдине, в чому середньовіччя випередило римлян, це було будівництво мостів, можливо, під впливом досвіду, набутого при спорудженні готичних соборів, але в'їзди на ці мости робилися неймовірно стрімкими. Відродження принесло європейцям досконаліші землевимірювальні прилади. Тільки у XVIII ст. стали застосовувати земляні насипи (а не кам'яні брили з земляною зв'язуючою речовиною, як у римлян). Але остаточно рівень давньоримського дорожнього будівництва був перевищений тільки в кінці XIX ст., коли французький інженер Дж. Л. Мак-Адам провів "революцію" в цій сфері, зменшивши товщину шару дорожнього полотна та розмістивши на поверхні дрібно роздроблене каміння майже однакового розміру – щебень. Далі був розроблений метод облаштування профільованих доріг з складною системою дренування полотна. Нарешті, в першій половині XX ст. винайшли міцне асфальтове та асфальто-бетонне покриття, яке на сучасних вулицях та автомагістралях досягає товщини 20 см та більше.

Римляни не були єдиними досвідченими будівельниками доріг у давнину. На іншому кінці світу могутні імператори династії Цінь (220 р. до н.р. – 200 р. н.р.) у Китаї (ті, від яких залишилося «терракотове військо»-захоронення 8 тис. повнорозмірних статуй китайських воїнів та їх коней, знайдених біля поховання китайського імператора Цінь Ши Хуан Ді в 1974р.) випередили римлян щодо зведення мостів, які прорубувалися у високих горах або будувалися на мостових биках на запаморочливій височині. Давньокитайські дороги були ширші за давньоримські і досягали 15 м на головних трасах. Такими дорогами могли їхати бік-о-бік дев'ять колісниць. Однак перевірити ці писемні повідомлення неможливо, оскільки китайці не будували мощених доріг з бруківкою. Вони просто посипали дороги шлаком, тому жодні рештки їхніх доріг не знайдені, що не дозволяє вважати відомості про давньокитайські дороги абсолютно достовірними. Нині автомобільні дороги складають "обличчя" будь-якої розвинутої країни, в т.ч. України. В спорудження, реконструкцію та експлуатацію доріг вкладаються величезні кошти. Автомобіль для людей в багатьох

країнах світу давно перестав бути розкішшю, натомість перетворився в повсякденний засіб зручного, швидкого та безпечного пересування, що забезпечує комфорт та задоволення. Дороги надають країнам та їхнім мешканцям робочі місця, можливості та імпульси щодо розвитку виробництва та логістики, а також туризму.

Досвід створення та функціонування трансконтинентальної високорозвиненої системи доріг Давнього Риму, зокрема розбудови мультимодального транспортного маршруту "Аппієва Траянова дорога – Віа Ігнатіа" дозволяє застосувати досягнення стародавніх будівельників та проектувальників у сучасній практиці створення єдиної транспорто-логістичної системи Європи та з'єднання її з транспортними системами інших частин світу та континентів. Як зазначено в статті, вже тоді територія сучасної України враховувалася в давньоєвропейських транспортних проектах та мережах, було навіть виконане давньоримське дорожнє будівництво, рештки якого залишилися у Криму та Закарпатті. Тим більше нині Україні слід активніше інтегруватися в Пан'європейську транспортно-логістичну систему, сповна використати свій величезний транзитний потенціал, стали повноправною складовою європейського та світового транспортно-логістичного комплексу. Мережа давньоримських доріг характеризувалася розвинутою системою гостинності, про що детальніше див. розділ 27.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Коли, ким і де була побудована «Віа мілітаріс» на території сучасної України?
2. У кого давні римляни запозичили засади спорудження дренованих доріг?
3. Скільки основних доріг відходило від Риму?
4. Які давньоримські дороги відносилися до найвідоміших?
5. Яку дорогу в Давньоримській державі називали «царицею доріг», як вона проходила?
6. Які дороги вели на північ від Риму?
7. Яка дорога булла найвідомішою та найважливішою за межами Італійського півострова?
8. Скільки давньоримських доріг перетинали Альпи?
9. Назвіть вузлові центри дорожньої мережі в римських провінціях Іспанії, Галлії, Британії.
10. Назвіть вузлові центри давньоримської мережі доріг у Малій Азії та Північній Африці.
11. Як визначалися траси давньоримських доріг?
12. Чи споруджували тунелі давньоримські будівельники доріг, які приклади цього можна навести?
13. З яких матеріалів будувалася поверхня давньоримських доріг
14. Якою була структура управління шляховим господарством Давньоримської держави?
15. Що таке «курсус публікус» на дорогах Давнього Риму?
16. Яка ще з стародавніх держав відома зі створення розгалудженої мережі доріг, які її особливості?

Розділ 5. ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ ЛОГІСТИКИ ТУРИЗМУ

5.1. «Логістичний» чинник у піднесенні та занепаді держави Петра

Хто такі набатійці та звідки вони прийшли на землю сьогоднішньої Іорданії? Історики не можуть дати точну відповідь на це питання. Відомо лише, що саме вони збудували давнє та загадкове місто Петра, місто в скелях, де перебували і мертві, і живі; загублене в пісках місто-привид, що протягом сторіч обростало легендами і врешті-решт майже випадково було знайдене на початку XIX ст.

Перекази про загублене посеред скель та пісків давнє набатійське місто тривожили свідомість європейських вчених та мандрівників ще з часів хрестоносців. Ці землі в Середні віки контролювали люті бедуїнські племена, тому їх недоступність ще більше дражнила дослідників. Віддалюючись у часі, Петра все більше набувала уявних рис близькосхідного Ельдорадо, поки, врешті, майже випадково була знайдена швейцарським вченим Йоганом Людвигом Буркхардом. З надією знайти втрачене місто він відправився разом з караваном з Дамаску до Каїра. В кінці серпня 1812р. Буркхард опинився недалеко від передбачаємого місця знаходження Петри. Оскільки він вільно володів арабською мовою, був одягнений як кочівник і взагалі видавав себе за мусульманина, йому не склало великих зусиль попросити місцевих арабів відвести його на могилу брата Мойсея, пророка Аарона, похованого, за переказами, на вершині однієї з гір. На здивування Буркхарда бедуїн повів його в гори. Здалеку вони здавалися зовсім нездоланними, але при підході до них, у одній зі скель зненацька виявився вузький прохід у глибоку ущелину Сік. Після двадцятихвилинного шляху дном звивистого каньйону погляду ошелешеного швейцарця відкрилися величні руїни мертвого міста, в яких він упізнав Петру – втрачену столицю набатійців. Від цього відкриття він відчув такий захват, що мало не видав себе. Але справу було зроблено: Буркхард виявився першим європейцем за останні шістсот років, який побачив це диво світу.

Про набатійців нині відомо небагато. Самі вони не залишили про себе жодних писемних свідоцтв. Усе, що ми знаємо про них, це історії, розказані заїжджими мандрівниками багато сторіч тому або мізерні дані археологічних розкопок. Оскільки нині

в Петрі досліджено тільки 15% території, то невідомо, які відкриття можливі в майбутньому. Хоча навряд ці розкопки допоможуть вияснити походження набатійців. Одні вважають їх звичайними кочівниками, що зупинилися в цьому зручному місці виключно завдяки його вигідному географічному розміщенню, оскільки з давніх пір тут проходили головні караванні маршрути, що з'єднували Європу, Азію та Африку (серед них і легендарний Великий Шовковий шлях). Інші з цим не погоджуються, вказуючи на глибокі знання набатійців щодо землеробства та зрошення, що зрештою дійсно не було притаманне кочовим племенам. Деякі називають їх прабатьківщиною Асирію, північ Аравійського півострова чи навіть Ємен. Теорій багато, але визначити, яка з них є вірною, складно. Так або інакше, точно відомо, що першим володарем Набатійського царства був Арета I, що в зійшов на престол у 169 р. до Р. Хр.

Зрозуміло, що історія «держави в скелях» Петра, назва якої і означає грецькою «скеля», почалася значно раніше. Відомо, що в 312 р. до н.е. воно вже існувало. Про це говорять давньогрецькі джерела, оскільки саме цього року грецьке військо на чолі з Антігоном здійснило невдалий похід на Петру. Скоріше всього з цього моменту і почалося підвищення держави, що досягла свого розквіту в 106 р., коли помер останній набатійський цар Раббель II. Скориставшись цим моментом, Римська імперія легко приєднала до себе надто багате та заможне царство – Петра стала частиною римської провінції Аравія. Ще триста років продовжувалося її процвітання. Але тоді ж почалося ледь помітне спочатку згасання міста. Справа в тому, що набатійці ретельно виконували на давніх торговельно-транспортних шляхах, на перехресті яких знаходилася Петра, функцію транспортного, торговельного та митного осередка, який регулярно «стягував мито» з караванів, що йшли через Петру. Вже 2500 років тому в Петрі бурлило життя: кожний день сюди прибували каравани зі спеціями, шовком, благовоніями та іншими товарами. Набатійці дозволяли купцям зробити зупинку та відпочити в Петрі, але при цьому купці платили набатійцям за все: за їжу, за дах над головою, за верблюдів, за право торгівлі та складування товарів. Оскільки інших міст, таких як Петра, яка надавала усі зручності, на караванних шляхах в цьому пустельному кутку світа, що знаходився на перехресті доріг між Персидською

затокою та Середземним морем, та між Червоним, Мертвим, Галілейським та Середземним морем, не було, то купці щедро оплачували гостинний, хоча й небезкоштовний прийом зі сторони набатійців. Займаючись такою «митно-логістичною» діяльністю протягом багатьох сторіч, мешканці Петри нагромадили свої казкові багатства, слава про які не давала спокійно спати їхнім близьким та далеким сусідам. Особливо це дратувало величний Рим. Імператор Траян збудував у II столітті нову гарну дорогу (як це якісно могли робити римляни) від порту Агаба на Червоному морі до нової «перлини» Близького Сходу – Пальміри (в Сирії). Ця «Траянова дорога» (Королівський тракт) навмисне обминала Петру (Рис. 6.1). Від того часу все менше купців зупинялися в ній. Каравани пішли іншими шляхами, Петра збідніла, а її мешканцям залишалося лише жалкувати за втраченими величчю та могутністю.

Відтоді Петра встигла побувати й під владою Візантії, аж поки два страшенних землетруси в 363 та 747 рр. остаточно не добили її. За часів панування арабів та хрестових походів місто вже було мертвим. І лише пошуки скарбів, які повинні були бути схованими десь в Петрі, продовжували приманювати до неї різних авантюристів. З тих пір на головному символі Петри – Казні залишились численні сліди від куль. Бедуїни вважали, що якщо поцілити в потрібне місце, то на них проллється золотий дощ. Однак він не пролився, хоча, хто знає, можливо вони просто стріляли не туди. Дуже ймовірно, що фантастичні набатійські скарби ще десь лежать посеред рожевих руїн. Адже ніхто ніколи не бачив, щоб з міста вивозили цінності.

Недивно, що саме Ель-Казну Стівен Спілберг зробив декорацією свого фільму про пошуки Священного Граалю. Правда, у фільмі про пригоди Індіани Джонса цей фантастичний фасад – лише двері, за якими знаходяться непередбачувані лабіринти. На жаль, це не так. Фасади всіх гробниць Петри були вирубані в скелях, а тому за ними знаходяться лише невеликі поховальні приміщення, в яких набатійці ховали царів та верхівку. Але важко уявити, якою повинна була бути майстерність архітекторів, щоб точно розрахувати та висікти з шматку суцільного каменю такі циклопічні монолітні надгробки. Через рясноту гробниць у XIX ст. послідовники Буркхарда навіть назвали Петру

величезним некрополем. Це не зовсім так. Незважаючи на велику кількість могил за найкращих часів у місті проживало біля 20 тис. осіб. Просто будинки, що стояли на рівнині, не збереглися. Зате до нас дійшли споруди римських часів – свідчення того, що колись життя в Петрі було дуже бурхливим. Це і центральна брукована вулиця, Тріумфальна арка, колони, рештки деяких інших будівель. Розкішний театр на три тисячі осіб до цього переліку не належить, оскільки він був зведений ще раніше і, мабуть, використовувався набатійцями з якоюсь ритуальною метою. Вгадати точно, що відбувалося на сцені цього театру нині неможливо. Як вже згадувалося, письмових свідоцтв не зосталося, отже залишаються лише різноманітні здогадки. За цією ж причиною не слід дивуватися деяким загадковим назвам у Петрі: Храм крилатих Львів, Палац дочки фараона, Джинові брили або та ж Казна фараона (Ель-Казна). Всі вони були вимишлені набагато пізніше, коли від набатійців не залишилося слідів. Ті, хто давав подібні назви, керувався при цьому не достовірними джерелами, а своїми власними, дуже суб'єктивними враженнями. Наприклад, бедуїни і нині щиро вірять, що Петру збудовано давньоєгипетськими фараонами. Сьогодні точно відомо, що єгиптяни не мали до спорудження цього фантастичного міста жодного відношення. Це зробив інший, не менш таємничий народ, який досяг небачених на ті часи архітектурних висот, - набатійці. Без перебільшення можна сказати, що найкраща згадка про себе, яку вони залишили нащадкам та всій земній цивілізації, яка говорить про них краще за будь-який літопис, це продуваєме вітрами рожеве скелясте місто, сховане ними серед неприступних гір. А з точки зору логістики істотно, що як піднесення, так і занепад Петри були безпосередньо пов'язані з виконанням нею функції торгівельно-транспортного та митного осередка на перехресті давніх караваних маршрутів та зміною її вигідного транспортно-географічного положення внаслідок розвитку транспортно-логістичної інфраструктури в Близькосхідному регіоні в перші сторіччя після Різдва Христового.

Як видно з матеріалу цього пункту транспортні та логістичні функції відігравали важливу роль у виникненні та діяльності всіх семи «нових» чудес світу, незважаючи на те, в якому столітті вони існували та в якій частині світу розміщувалися. Навіть в найбільш самобутніх давніх цивілізаціях Америки, які не знали колеса та тяглових тварин, існувала

розгалужена система брукованих доріг та складів, що показують приклади міста давніх інків Мачу-Пікчу (Перу) та священного міста індіанців майя Чичен-Ітца з його пірамідами (Мексика). Життєво важливу роль транспортно-логістичний чинник зіграв у піднесенні та занепаді скельного міста Петра. А приклад Римського Колізею показує, як правильно можна було організувати пересування потоків глядачів дві тисячі років тому, щоб у випадку необхідності декілька десятків тисяч людей могли залишити багатоярусну споруду протягом дуже короткого часу (5-10 хвилин). Отже ознайомлення з транспортно-логістичними аспектами «нових» чудес світу є не тільки цікавим, але й корисним та повчальним в сучасних умовах розвитку логістики туризму, як новітнього науково-практичного напрямку.

5.2. «Логістичний» чинник у діяльності Запорізької Січі

Хортиця з прадавніх часів відігравала важливу стратегічну роль на дніпровському річковому шляху із Варяг в Греки. Замикаючи дніпровські пороги, вона контролювала переправи, броди та навколишні суходольні шляхи. Тут зупинялися для перепочинку після подолання порогів військові загони та торгівельні флотилії русів, які спускалися Дніпром до Чорного або Середземного морів. Хортиця була опорним пунктом давньоруських військ під час боротьби з кочовиками.

За часів середньовіччя Хортиця стала одним з головних осередків формування і діяльності українського козацтва, постійно перебувала у сфері військових та господарських інтересів Запорозької Січі. Про це свідчать численні історичні джерела. В українській національній свідомості образ Хортиці є уособленням Запорозької Січі та запорозького козацтва.

З метою увічнення пам'ятних місць, пов'язаних з історією запорозького козацтва, Рада Міністрів Української РСР постановою № 991 від 18 вересня 1965 р. оголосила територію острова Велика Хортиця в м. Запоріжжі Державним історико-культурним заповідником. На території історико-культурного заповідника Постановою Ради Міністрів Української РСР № 500 від 28 жовтня 1974 р. з метою збереження в природному стані унікальних пам'яток геології, рідкісних видів рослин утворено геологічний заказник

"Дніпровські пороги" загальною площею 1383 гектарів. Постановою Кабінету Міністрів України від 6 квітня 1993 р. № 254 "Про Національний заповідник Хортиця" його віднесено до сфери управління Міністерства культури і туризму України. Управління заповідником здійснює Державна служба з питань національної культурної спадщини.

До заповідника включені території острова Хортиця та прилеглих до нього островів і скель Байди, Дубового, Розтьобіна, Три Стоги, Середня, Близнюки, урочища Вирви на правому березі Дніпра в м. Запоріжжі. Загальна площа території заповідника становить близько 2386 гектарів. Острів Хортиця є комплексною історико-культурною та природною пам'яткою, на території якої нараховується близько 70 пам'яток історії та археології: багатошарова пам'ятка на о. Байди (доба неоліту - XVIII ст.), давньослов'янське поселення "Протовче" (XII-XIV ст.), Совутинське городище скіфського часу (V-III ст. до Р.Хр.), поселення Сабатинівської культури (XIV-XII ст. до Р.Хр.), військові укріплення козацьких часів та російсько-турецької війни 1735-1739 років. На території заповідника збереглася низка пам'яток доби українського козацтва: рештки земляних укріплень замку Дмитра Вишневецького (середина XVI ст.) та залишки укріплень Запорозької верфі (корабельні), спорудженої у 1739 р. на місці замку Д. Вишневецького на о. Мала~Хортиця, рештки земляних укріплень Хортицького ретраншементу на о. Хортиця та правому березі Дніпра, зведеного під час російсько-турецької війни 1735-1739 років, місця розташування козацьких зимівників.

Унікальною особливістю Хортиці є те, що на острові представлені всі тополандшафтні зони України - від степу до гір. В ярах, урочищах, плавнях острова ростуть 1052 види вищих рослин, з яких 657 дикорості аборигени, 11 з яких занесено до Червоної Книги України, 41 вид - релікти та ендеміки.

До складу заповідника входить музей історії козацтва. Загальний музейний фонд заповідника становить 634 тис. одиниць зберігання. Програмою відтворення видатних пам'яток історії та культури України, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 23.04.1999 № 700, передбачено будівництво історико-культурного комплексу "Запорозька Січ", що являтиме собою комплекс споруд, присвячених історії запорозького

козацтва XVI-XVIII ст. З метою подальшого розвитку заповідника та на виконання Указу Президента України від 29.04.2005 р. № 732 "Про невідкладні заходи щодо розвитку Національного заповідника "Хортиця" розроблено концепцію Державної програми розвитку Національного заповідника "Хортиця", яка схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 30.08.2005 р. за № 373.

З точки зору логістики істотно, що за козацьких часів (XVI – XVIII ст.) о. Хортиця став місцем створення Запорозької Січі, яка виконувала важливі транспортні та торговельно-митні функції на Дніпровському водному шляху (давній маршрут «з варяг у греки»). Отже, козаки контролювали торгівлю і товарні потоки не лише України, але й Польщі, Литви та Півдня Росії, оскільки саме Дніпро з притоками з'єднував країни Північної та Західної Європи з Кримом та Туреччиною. Остання була не тільки військовим союзником або ворогом Запорізького козацтва (що залежало від конкретної історичної ситуації), але й найбільшим торгівельним партнером. Так, за договором 1649 р. козаки отримали дозвіл султана на вільне плавання Чорним морем з усіма його портами. Козаки також дістали привілей стосовно вільної співпраці з турецькими купцями, створення в портах своїх складів з товарами, а також звільнялися на сто років (!) від сплати мита та податків Османській імперії. Подібними пільгами в Україні користувалися турецькі купці, а Військо Запорізьке в Стамбулі мало власного торговельного представника, який захищав інтереси українських купців.

Щодо транспортних засобів, то широко відомі козацькі човни – «чайки», на яких запорізькі козаки доходили і до Стамбулу. А на о. Хортиця знайдено решткі козацької корабельні – верфі, де виготовлювалися великі човни. Цікаво, що при цьому немає жодної згадки про мапи, якими користувалися козаки, а без відповідних морських карт перетнути Чорне море і дістатися Стамбулу досить складно й нині.

З логістикою пов'язана і головна легенда Хортиці – Запорізька Січ та "склади" запорізьких козаків. Виникнення Січі відноситься до 1552 -1557 рр., коли Дмитро Вишневецький заснував перше укріплене містечко на Хортиці. Пізніше козацькі поселення розповсюдилися на південну частину острова та на правий берег Дніпра. В 1557 -1578 рр.

на Хортиці створив свій табір козацький ватажок Яків Шах, звідки він здійснював набіги на турків та татар. Нові укріплення збудував у 1617 р. Петро Конашевич – Сагайдачний і ще в кінці XIX ст. в західній частині острова можна було побачити рештки валів, куренів та церкви. Поступово володіннями Січі стали, крім Хортиці, навколишні невеликі острови на Дніпрі та частина земель по обидві сторони річки, включаючи Велику Луку – прилягаючу до Дніпра величезну ділянку степу біля сучасного Запоріжжя. Про те, що в Запоріжській Січі нагромаджувалися значні скарби, переважно здобич, відбита в турків та татар, є багато свідчень. Частина здобичі йшла на формування «Військової скарбниці» - казни Війська Запорозького, а інша частина розподілялася серед «товариства». Французький військовий інженер, що знаходився на польській службі, Боплан, жив в Україні в 1630 – 1640 рр. Він писав, що «кожний козак має на островах свій таємний куточок». Повертаючись з перемогою над турками «вони ділять здобич у скарбниці, і все, що отримують, ховають під водою, за виключенням речей, що можуть зіпсуватись від неї». За свідоцтвом Боплана козаки «під водою тримають не тільки гармати, відбиті в турків, але й гроші, які вони беруть за необхідністю». Якщо козак повертався з чергового походу, він забирав сховане, а якщо гинув у бою, то клад залишався у воді, або в землі.

Запорозька Січ була ліквідована за указом Катерини Другої в 1775 р., а козаків примусово було переселено на Кубань. Але під час розгрому Січі в багатьох козаків булу думка, що «як помре «Потьомка» (тобто князь Потемкін-Таврійський), то вони вернуться назад». Тому, залишаючи Січ, багато запорожців «нічого не брали з собою, а ховали добро – хто в землю, хто в скелю, а інші в Дніпро. Тоді ж, за переказами, десь на Хортиці, або її околицях була схована «Військова скарбниця» запорожців. Ще в кінці XIX ст. були живі численні свідки, які пам’ятали від своїх батьків та дідів прикмети запорозьких скарбів. Розповідали, що в урочище Сагайдачному, десь «під камінням», «допропасти» закопано козацьких «грошей», але «не всякому вони судились». Ходила й інша «балачка» - що на Стрілецькому острові незадовго до ліквідації Січі були «закопані гроші» - золото, срібло, зброя. Через декілька десятирічь після знищення Січі на Хортиці з’явилися «діди», які нібито знали прикмети скарбів. Мабуть, це були козаки, які колись «сховали» своє майно

або знали про клади, сховані їхніми товаришами. Їх поява тільки збільшила цікавість до хортицьких скарбів, легенди про які вже давно ходили серед новопоселенців земель Запорозької Січі. В 1789 р. на острові була заснована колонія німців-менонітів, а спустілі запорозькі землі стали заселятися селянами. І знову розповсюдилися численні легенди серед нових поселенців про таємничі запорозькі клади…

Археологічні дослідження Хортиці ведуться до цих пір. Досліджується також дно Дніпра в околицях острова. В 1995 р. під час підводних археологічних праць біля о. Кандеровського була знайдена шабля XVI – початку XVII ст. виготовлена на Кавказі або в Ірані, а також сімнадцять човнів та два великих кораблі. Однак більша частина Хортиці і нині залишається недослідженою. За переказами, особливо багато запорізьких кладів на Великій Луці, одна з річок якої, що впадала в Дніпро, так і називалася – Скарбна. Десь біля її гирла, переказували, схована вся запорозька казна. Дві затоплених «чайки» археологи там дійсно знайшли, але більше нічого. Є легенди пов’язані з старовинними запорозькими похованнями. Одне з них знаходиться в селі Капулівка на річці Чертомлик і належить Івану Сірку, який після смерті Богдана Хмельницького протягом 20 років був кошовим отаманом запорожців та помер в 1680 р. Це він підписав широко відому «Відповідь турецькому султану». Похований він був «знаменито 2 серпня, со многою арматною й мушкетною стрельбою и с великою от всего низового войска жалостью». А з могилою цього кошевого отамана пов’язана наступна історія “про сідло отамана Сірка».

Селянин Прусенко, мешканець Капулівки, копав яму під стовб. Копнувши декілька разів, селянин наштовхнувся на кінський скелет, на якому знаходилося напівзгниле сідло, прикрашене блискучими «гайками». Набивши ними цілу кишеню, Прусенко пішов у Нікополь, до знайомого шинкаря. Той, побачивши «гайки» одразу зметикував, що це золото і попросив селянина почекати, поки він перевірить у знайомого ювеліра всі «гайки» щодо їх «шляхетності». А тим часом дозволив замінити його в шинку. Прусенко хазяйнував у шинку тиждень, випив, усе що було, а коли прийшов до тями, пішов шукати шинкаря, але так його і не знайшов. Шинкар щезнув разом з «гайками» (декілька років потому його нібито бачили в Одесі). Тут тільки Прусенко зрозумів, що за клад він знайшов. Вдома в

нього ще лишилося зо дві «гайки» і він показав їх управляючому в сусідньому селі. “Це ж найчистіше золото – сказав той. – Я можу тобі дати за них пару найкращих волів”. «Ех» – з досадою хекнув мужик та поскріб у потилиці.

5.3. Логістичний чинник в операціях Другої Світової війни: операція «Overlord»

Важливою складовою успішного здійснення плану висадки Союзних військ у Нормандії 6 червня 1944 р., відомого під кодовою назвою «Overlord», була схема дезінформації супротивника щодо можливого місця і часу висадки, зашифрована під назвою “Fortitude”. Ця схема складалася з двох складових частин – “Північ” (в Шотландії) та “Південь” (на південному сході Англії) і передбачала активне застосування “фальшивої логістики”, тобто мистецької імітації концентрації військ, зокрема танкових сил, логістичного забезпечення їхнього “функціонування” та транспортно-тилового “господарства” з тим, щоб перешкодити Вищому командуванню Вермахта визначити справжнє місце та час головного удару військ союзників під час їхньої висадки в Північній Франції.

М-р Черчилль стояв біля штабного автомобілю, прикриваючись рукою від сонця. На ньому був костюм темного кольору, всім знайома заплямована синя краватка та капелюх – казанчик. Як завжди, він курив сигару, дим від якої простягнувся в напрямку декількох рядів танків у захисному кольорі, що розташувалися на зелених полях графства Саффолк. Прем’єр-міністр повернувся до двох своїх колег – генерал-майора Леслі Голліса (який виконував функцію першого заступника Військового міністра – Голови комітету начальників штабів) та полковника Рональда Вінгейта (начальника відділу спільного планування Військового міністерства). Разом, майже в ногу, вони повільно рушили в напрямку першої лінії танків.

“Вражаюча картина військової міці” – схвально сказав Прем’єр-міністр. По цьому він пихнув своєю сигарою та пустотливо посміхнувся. – “Отже, ви запевняєте мене, Голлісе, що кожний з цих потужних танків може бути пошкоджений стрілою, випущеною з луку, і навіть за допомогою звичайного складеного ножа?”. “Саме так, Прем’єр-міністре, – погодився Голліс, – Фермер з одного села сповістив місцевого командира, що його бик

випадково потрапив між цих танків та пошкодив один. Фермер був міцно здивований, коли побачив, що ріг бика вільно увійшов у бік танку, після чого танк зруйнувався. Фермер не міг второпати, в чому річ".

- "Я думаю, ви не просвітили його?"

- "Ми пояснили йому, що це повнорозмірні гумові моделі танків, призначені для військових навчань, Прем'єр-міністре".

- "І хоча ці танки не здатні взагалі кудись рухатися, вони стануть нам у нагоді більше, ніж декілька дивізій справжніх танків?"

- "Фактично, сер, їхня цінність ще більша. Таку ж групу танків розташовано далі на південно-східному узбережжі, а також біля гирла Темзи та на узбережжі графства Кент. Якщо дивитись з літака, ці танки виглядають як справжнісінькі".

Саме в цьому полягала головна мета задуму. Всі ці надувні гумові танки були частиною плану "Fortitude" (англ. мужність) – надзвичайно складного плану, який мав метою повністю ввести в оману Німецьке вище командування (OKW) щодо часу та місця майбутньої висадки союзників. Однією з важливих часткових цілей плану "Fortitude" було впевнити OKW, що головним місцем висадки союзних військ буде не узбережжя Нормандії, а якийсь інший район на французькому березі Атлантики, зокрема біля протоки Па-де-Кале (ця частина плану отримала кодову назву "Quicksilver" – швидке срібло). Якби вдалося переконати OKW саме в цьому, тоді б втрати особового складу союзних військ були значно менші, оскільки обороні Нормандії OKW приділило б значно менше уваги та сил, а це, в свою чергу, сприяло б істотному скороченню в часі Другої світової війни (рис. 5.1).

Німецьке вище командування (OKW) розуміло, що довго очікувана висадка союзників влітку 1944 р. буде врешті решт здійснена, однак воно не знало точно, коли це буде і де саме. Проте деякі міркування з цього приводу у OKW були. По-перше, OKW було впевнене, що союзникам, перш за все, необхідно захопити великий порт у Північній Франції, щоб мати можливості розвантажувати морський транспорт з військами та танками і створити тилову базу з необхідними запасами. На щастя, німці навіть не здогадувалися,

що союзники вже мали “плаваючі порти” (типу Mulberry – англ. шовковиця) та відповідно могли вільно висаджуватися на відкритому пляжі. Також OKW не могло уявити, що союзники прокладуть трубогін по дну протоки Па-де-Кале та зможуть помпувати пальне з Англії до Франції.

З німецької точки зору, найбільш підходящим портом для висадки союзних військ міг бути Кале, оскільки на додаток до наявних причалів та доків, цей порт знаходився на найменшій відстані від англійського берегу, в найвужчому місці протоки Па-де-Кале. Отже, це запевняло найкоротший та найшвидший шлях висадки союзницьких військ на французьке узбережжя. Порт Кале також знаходився близько до німецьких баз із запуску ракет “ФАУ” і взагалі це був найближчий до Німеччини значний французький порт. У силу вищенаведених міркувань OKW вважало саме порт Кале за першочергову мішень для нападу та висадки союзників і відповідним чином посилило і без того його потужну оборону.

Протягом багатьох місяців спеціальний загін британських офіцерів, створений особисто У.Черчиллем та закодований під невинною назвою “Лондонської контрольної секції” (ЛКС) невтомно та енергійно “підтримував” вищевказані

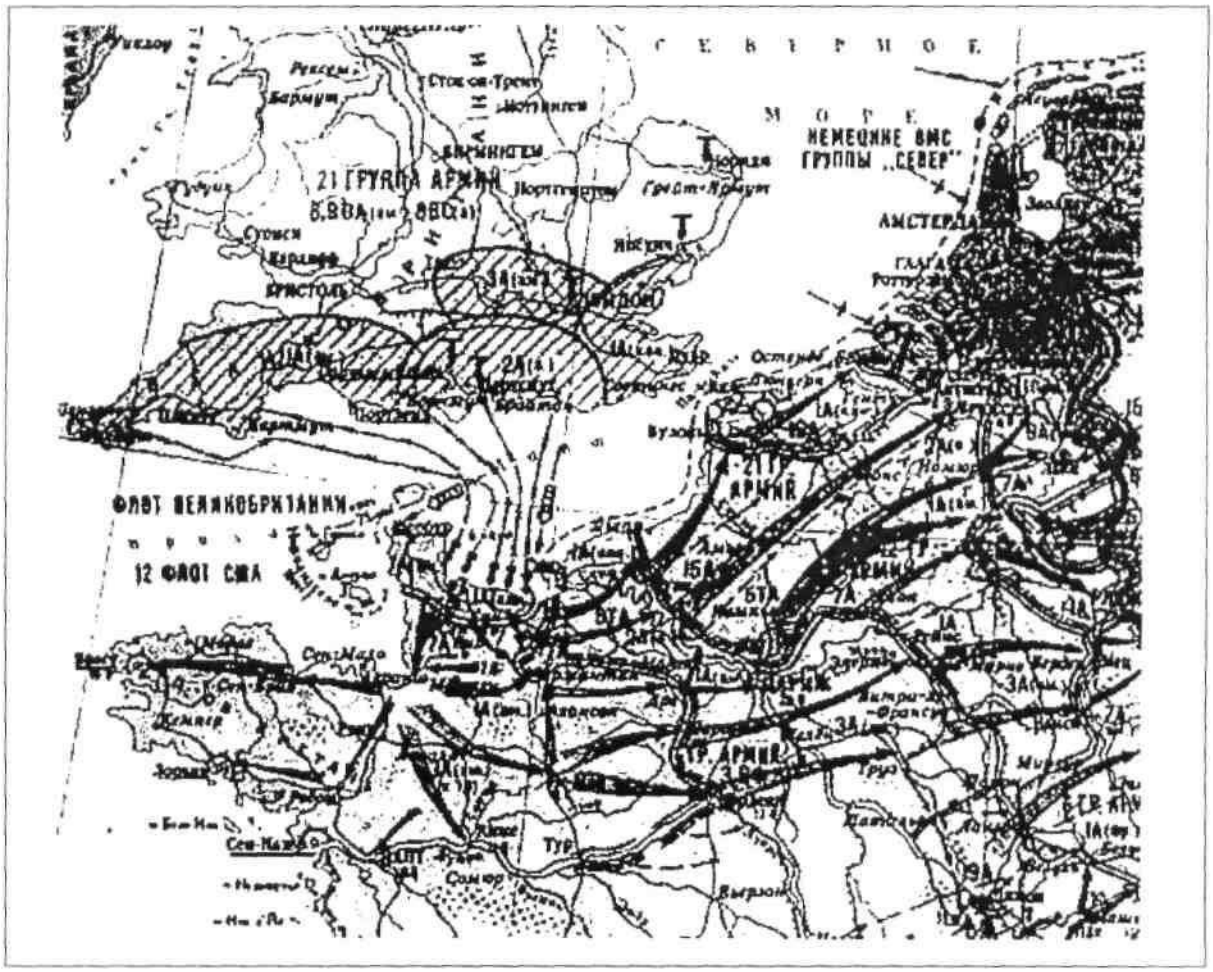


Рис. 5.1. Картосхема операції «Overlord»

переконання OKW за допомогою різноманітного набору засобів. Під керівництвом полковника Джона Білена (який відзначився ще в Першій світовій війні, за що був нагороджений Військовим Хрестом) ЛКС створив величезне "фантомне" військо з тисяч британських, американських та канадських "підрозділів", які були сконцентровані на південному сході Англії, звідки найближче було до порту Кале. Якби союзники збиралися висаджуватися на узбережжі Нормандії або Бретані, вони б, напевно зосереджували війська далі на заході (де фактично вже були зібрані основні сили союзників для висадки в Нормандії).

Поки що ж все англійське узбережжя біля протоки Па-де-Кале було вкрите військовими наметами. Кожний намет був пустий, але біля них стояло безліч військових кухонь, з труб яких щоденно валив густий дим, здалеку та з повітря виглядало це так, ніби

тут столувалися вояки декількох дивізій. На додаток до цього, десятки вантажних автівок, легкових штабних авто та машин швидкої допомоги з великими червоними хрестами на їхніх дахах, які було добре видно з літаків, постійно їздили туди-сюди серед військових "складів" з припасами та амуніцією, збудованих на швидку руку, але огороджених колючим дротом.

Понад чотириста поромів, барж та інших плавзасобів було зібрано та пришвартовано в районі гирла Темзи. З повітря це виглядало як потужний флот, зосереджений з метою наступної висадки союзних військ. У дійсності це теж були макети кораблів, зібрані з підсобних засобів. Деякі з цих кораблів навіть мали екіпажі, які щоденно "драїли" палубу. Якщо дивитися з літака, то все це виглядало так, ніби "флот" готується до висадки.

Біля англійського порту Дувр три квадратних милі узбережжя були звільнені під місце для величезної бази паливно-мастильних матеріалів, яка нібито мала забезпечувати потреби союзницьких військ за їхньої висадки в Кале. Базіл Спенс, професор архітектури Королівської академії, розробив проект цієї фальшивої "бази", конструкції якої складалися з водостічних труб, будівельних риштувань, пустих цистерн, насипних дамб тощо. Вітродуйна машина, запозичена з кіностудії, створювала ефект постійних хмар пилу на будівельному майданчику, що дивлячись з повітря, означало тільки одне – шалений темп підготовки бази до очікуваної висадки союзників.

Літаки RAF (Royal Air Force, англ. Королівські військово-повітряні сили) отримали наказ здійснювати регулярні патрулювання місць фальшивої концентрації військ, але при цьому вони повинні були пропускати окремі німецькі розвідувальні літаки, щоб ті змогли фотографувати "приготування" до висадки, але не пускати їх нижче 30 тис. футів (750 м). Вище цієї висоти фальшива концентрація сил виглядала цілком правдоподібною, нижче – німецькі фотокамери могли виявити підробку.

Також в місцевій пресі з'явилися фото генерала Монтгомері, який відвідав нафтову базу в Дуврі, та генерала Ейзенхауера, який брав участь в урочистому обіді в готелі "White Cliffs". Під час останньої імпрези мер Дувра сказав, що він вітає відкриття нового військового закладу, призначення якого "залишиться секретом до кінця війни". Протягом

декількох місяців місцеві газети друкували листи мешканців Дувра, які скаржилися на падіння моральних принципів через наплив американських та канадських вояків, та на їхні танки, які нібито шкодять місцевим фермерам. Копії цих газет надсилалися до Лісабону, звідки ця інформація надходила до Німеччини.

План "Fortitude" мав дві частини – "Північ" та "Південь". План "Північ концентрувався на фальшивій діяльності об'єднаних британсько-американських військ, зібраних у Шотландії. Разом з таким же фіктивним "радянським військом" вони нібито готувалися атакувати Норвегію. Гітлер вважав, що Норвегія має надзвичайну важливість для захисту всього континенту, тому після німецької окупації в 1940 р. він тримав у цій країні гарнізон у 380 тис. чол. з танками та літаками, а також 1500 берегових гармат. Метою плану "Північ" було забезпечити, щоб ці німецькі війська та зброя залишалися на місці, а не були перекинуті до Франції напередодні дійсного відкриття другого фронту (тобто висадки союзницьких військ у Нормандії), коли їхня присутність була б вкрай небажаною.

У той же час на півдні Англії фіктивна Перша група Армії Сполучених Штатів під командуванням генерала Джорджа С.Паттона концентрувала свої "сили" в районі Дувр – Кембридж – Кінгз-Лінн. Джипи та інша автотехніка регулярно патрулювали дороги в межах цього обширного трикутника. З їхніх рацій оператори надавали відкритим текстом або простим кодом розпорядження фіктивним дивізіям, бригадам, батальйонам, роблячи враження, що тут сконцентровані значні сили. Ці повідомлення, можна було слухати на півночі Франції, що й робили німецькі радисти, нагромаджуючи "інформацію" про наміри союзників.

Щоб підтвердити всю цю інформацію, були додатково задіяні німецькі шпигуни, що працювали під британським контролем в Англії. З початку Другої світової війни їх набралося понад 100. Всі вони, перебуваючи під суворою охороною і контролем зі сторони британських спецслужб, надавали до Німеччини інформацію про концентрацію військ союзників у потрібному місці з вказівкою справжніх полків, а також їхніх геральдичних знаків з тим, щоб німецька розвідка змогла проконтролювати їхнє існування, але не справжнє місце зосередження. Перехоплені та розшифровані радіограми, які надсилало

OKW своїм агентам, підтвердили, що воно вважає концентрацію військ союзників біля Дувра справжньою, як і місцеву нафтову базу. До того ж останню німці регулярно обстрілювали з далекобійних гармат, розміщених на мисі Griz Nez. Цей обстріл завдавав мало шкоди, але чергові британські солдати одразу запалювали натрієві факели, роблячи враження, що все горить після прямих попадань.

Але все ж таки залишалися питання – чи дійсно OKW повірило тому, в чому його різноманітними засобами намагалися переконати союзники, чи може хтось з OKW все ж таки відчув фальш? Військові та логістичні приготування до операції "Overlord" вже тривали майже три з половиною років. Незважаючи на поразки та відступи на окупованій території в Східній Європі, Північній Африці та Італії, фашистська Німеччина ще залишалася настільки сильною, що навіть об'єднані сили союзників, яких підтримували величезні промислові ресурси США, не могли бути впевненими в успіху висадки союзницьких військ у північній Франції. Багато, а можливо все, залежало від швидкості захоплення та утримання союзницькими військами плацдарму. Якби їм це не вдалося зробити одразу, або їхній напад був відбитий, вся операція з висадки союзників була б відкладена на кілька тижнів, а можливо до кінця року. Хитрий замисел союзників був би відкритий, відповідно німецька оборона в Нормандії була б міцно посилена. Тоді треба було б розробляти зовсім інший – новий план, що вимагало б багато часу.

Отже, було конче необхідно, щоб німецьке командування сприйняло плани фальшивого наступу союзників за справжні, оскільки успіх операції "Overlord" повністю від цього залежав. Від 1941 р. британські оманні схеми виявились успішними під час Північно-Африканської пустельної компанії, наступної висадки союзників у Північній Африці та в Сицилії. Але висадка військ союзників на півночі Франції була найважливішою частиною відкриття Другого фронту проти Німеччини.

Якщо при цьому німецький опір буде слабким, втрати з двох сторін будуть невеликі. У випадку значного опору кінцева перемога не викликатиме сумніву, але вона може віддалитись на невизначений термін, що викличе великі людські втрати та страждання під час тривалої військової компанії. Нарешті, якщо атака союзників буде відбита або

попереджена, це призведе до непередбачуваних військових та політичних наслідків. Відповідальність за всі ці можливі варіанти лягла на обмежене коло військових, звання яких зовсім не відповідали важливості поставленого перед ними завдання. Але саме від них залежав успіх або поразка операції “Overlord”. Таким був загальний стан речей під час візиту Прем’єр-міністра Об’єднаного Королівства до одного з танкових полків-фантомів.

Містер Черчилль та його супутники закінчили свою інспекцію та сіли на задні сидіння автівки. Голліс зайняв місце справа від Прем’єр-міністра, а Вінгейт – відкидне крісло біля перегородки від водія. Військова кар’єра першого почалася ще в 1914 р., коли він у віці 18 років вступив до Королівської морської піхоти. В 1936 р. в ранзі майора він був призначений заступником Секретаря Комітету Імперської оборони, а згодом обійняв нинішню посаду. З початком Другої світової війни він відповідав на роботу підземного штабу, що знаходився глибоко під Уайтхолом. Неофіційно цей штаб назвали “Діркою в землі”, але він складався з 150 кімнат. Тут, у своєму офісі Голліс діяв, як зв’язуюча ланка між Військовим кабінетом та Комітетом начальників штабів. А також між ними та численними секретними агенціями та організаціями, що розплодилися під час війни. Оскільки останніх було надто багато, координація їхніх дій залишала бажати ліпшого. Голліс пересвідчився в цьому ще на початку війни, коли німецькі підводні човни регулярно топили конвої союзників у Середземному морі. Виявилося, що німці дізнавалися про конвої від своїх льотчиків, які зауважили, що кожен раз перед появою конвоїв британські підводні човни, що мали їх супроводжувати, залишали свої бази. Отже, було запропоновано змайструвати фальшиві підводні човни з гуми, які повинні були замінити справжні при виході останніх на завдання. Одного дня пілот RAF, який летів з Олександрії (Єгипет) і не знав про цей план, зауважив невідомі субмарини в Червоному морі. Після цієї інформації були відправлені бомбардувальники з метою знищення підводних човнів, які в дійсності були лише гумовими макетами. На щастя, це непорозуміння вдалося вчасно вияснити та відвернути можливі трагічні наслідки.

Роналд Вінгейт у свої п’ятдесят п’ять років все ще залишався підполковником, але його військове звання не мало жодного зв’язку з важливістю військової функції, що він

виконував. Зрештою, навіть Джон Білен, начальник “Лондонської контрольної секції” був лише полковником. Батько Вінгейта отримав титул барона за діяльність під час створення англо-французського Судану, як кондомініуму відповідних держав. “Вінгейт Судану” – так називали старшого Вінгейта, але крім цього він ще був директором Військової розвідки в Єгипті та брав участь (як і У.Черчилль) у битві під Омдерманом. Молодий Вінгейт закінчив Оксфорд та займав важливі пости в Уряді Індії, Маскаті та Омані. Він воював під час Першої світової війни та повторно вступив до Збройних сил Об’єднаного королівства у 1939 р.

Їхня машина їхала якоюсь місцевою дорогою, щоб виїхати на Лондонську трасу. Містер Черчилль вийняв чорну шовкову стрічку з внутрішньої кишені піджаку і, як це було в його звичаї, зав’язав собі стрічку на потилиці, закривши нею очі. Далі він відкинувся на спинку сидіння та задрімав на деякий час. Прокинувшись, явно відпочивший та посвіжівший, він зняв бандаж.

- “Що ви думаєте про все це, Голлісе?” – спитав Черчилль, ніби й не було перерви в розмові.

- “Я повторюю, що наші гумові танки та взагалі весь наш план є надзвичайно вражаючим”.

- “Але чи вразить він німців? – спитав Черчилль. – Це вони є тією головною аудиторією, заради якої створений весь цей театр, не ми. А ви що думаєте, Вінгейте?”

Підполковник Вінгейт відповів після паузи: “За всіма перехопленими відомостями, Прем’єр-міністре, Німецьке Вище Командування є думки, що головна висадка буде в Па-де-Кале. В цьому впевнений Рундштедт, а також Роммель”.

- “А що Гітлер?”

- “Він ще не вирішив остаточно”.

- “Тоді ми повинні йому допомогти зробити правильне рішення”.

Ця різниця думок була досить значною між Гітлером, Роммелем та фельдмаршалом Гердом фон Рунштедтом, німецьким головнокомандувачем на Заході, який мав вже 68 років та був надзвичайно обережним як через свій значний військовий досвід, так і через

вік. Фронт, за який він відповідав, мав протяжність 3 тис. миль, від Амстердаму на півночі до іспанського кордону на півдні, а потім уздовж усього південного узбережжя Франції до кордону з Італією. Щоб захистити це все, він мав шістдесят дивізій, що означало для кожної дивізії фронт оборони в 50 миль. Ще під час Першої Світової війни німецькі військові фахівці підрахували, що оптимальна протяжність фронту для дивізії складає три милі, тому Рунштедт усвідомлював небезпеку свого розтягнутого фронту та був у найвищому ступені зацікавлений у визначенні точного місця атаки союзників – щоб зосередити тут свої сили. Гітлер ускладнив йому це завдання, призначивши фельдмаршала Роммеля відповідальним за всю прибережну оборону. Щоб зменшити можливий конфлікт між ними, Роммель отримав титул Інспектора Атлантичної берегової оборони. Роммель був на 15 років молодший від Рунштедта, але завдяки перемогам у Північній Африці більш відомий у Німеччині. Ці два фельдмаршали були військовими професіоналами найвищого рівня і розуміли невідворотність висадки військ союзників, але вони не мали повної згоди щодо місця цієї висадки та засобів відбиття.

Роммель знав з досвіду про важливість переваги в повітрі (коли британці завдали поразки його армії в Північній Африці), розумів, що в разі висадки така перевага буде за військово-повітряними силами союзників. Тому він вважав за доцільне зібрати всі сили на узбережжі, щоб одразу знищити десант союзників, не дати їм створити позиції на березі. Рунштедт погоджувався щодо небезпеки з повітря, більше того, він вважав цілком можливим повітряний десант союзницьких військ в районі Парижу, тому не хотів збирати всі сили на узбережжі.

У свою чергу, Гітлер, який завжди не погоджувався з думкою Ради військових експертів та з беззаперечними фактами, оскільки довіряв лише своїй інтуїції, не був схильний приймати сторону ні Роммеля, ні Рунштедта. Він боявся сильної атаки союзників із півдня, з Середземномор'я. Щоб підсилити ці побоювання, а також збільшити поділ думок між фельдмаршалами, які не погоджувалися з фюрером, британськими фахівцями була розроблена та здійснена така схема.

Актор середнього віку Кліфтон Джеймс, який був на військовій службі в Британській Армії, якось з'явився в аматорському спектаклі в ролі генерала Монтгомері. Подібність його до генерала була такою великою, що після відповідного тренінгу щодо походки та говірки генерала, ЛКС довірила йому зіграти цю роль вдруге. Кліфтон Джеймс прилетів до Гібралтару як генерал Монтгомері без жодної спроби приховати цей візит. Він мав урочистий обід з губернатором (який в минулому вчився разом з генералом Монтгомері у Британській військовій академії Сандхерст). Потім він злітав у Алжир, щоб зустрітися з британським командувачем. Німецькі агенти справно проінформували своє керівництво про візит "генерала Монтгомері" і в результаті за вказівкою Гітлера OKW спішно прийняло план з відбиття очікуваної висадки союзників з боку Середземномор'я.

Ще одна різниця думок між фюрером та його генералами торкалася питання, як краще використати танкові дивізії. З таким протяжним фронтом, який треба було захищати, їхня присутність в потрібному місці в потрібний час набувала критичного значення. Гітлер не визнавав засад мобільної війни і тримав під особистим контролем усі танкові підрозділи. Тому ні Рунштедт, ні Роммель не могли пересунути жодну танкову дивізію у Франції без дозволу фюрера. Розвідка союзників визначила точні місця перебування цих дивізій на підставі радіоперехоплень та повітряних даних, а також завдяки роботі французького Руху опору, чиї агенти організували мережу пральних за низькими цінами. Саме до них зверталися економні німецькі інтенданти, а випрана білизна відправлялася точно за адресами німецьких військових частин, у т.ч. танкових дивізій. Через годину ці дані вже були в Англії – за допомогою радіо або поштових голубів.

Таким чином було встановлено, що OKW тримає у Франції 10 танкових дивізій на випадок висадки союзників. Кожна дивізія складалася з декількох сотень танків, а також іншої автотехніки (у т.ч. бронетранспортерів), мала також артилерійські підрозділи. Гітлер наказав розмістити їх так, щоб вони змогли відбити напад як з півночі, так і з півдня Франції. Зокрема три дивізії призначалися до оборони південного напрямку: танкова дивізія СС "Дас Райх" знаходилася біля Тулузи; 9-а танкова дивізія – біля Авіньону; 11-а танкова дивізія – в Бордо. З інших семи дивізій: 1-а дивізія СС "Лейб штандарт Адольф

Гітлер" – на півночі Бельгії; 2-а дивізія – біля Ам'єну; 16- дивізія – на схід від Руану; 12-а дивізія СС "Гітлер – югенд" – на південь від с.Сени. Далі на захід: 21-а панцерна дивізія – в Каен; окрема дивізія – біля Орлеану та 17-а дивізія – біля Пуатьє.

Отже, танкові дивізії Вермахту у Франції були розпорошені по території, а не зібрані в один кулак. Планувальників операції "Fortitude" та "Overlord" це дуже влаштовувало і вони намагалися втримати цю ситуацію якнайдовше – аж до висадки союзників у Нормандії, коли буде цінний кожний день та кожна година. З цією метою учасники французького Руху опору систематично руйнували залізничні шляхи та рухомий склад, а літаки RAF бомбардували залізничні мости та тунелі на шляхах до Нормандії.

А тепер містер Черчилль поставив питання, про яке начальники штабів нагадували Голлісу раніше: "Чи є свідоцтва, що танкові дивізії готуються до маршу?"

- "Щодо цього є суперечлива інформацію, Прем'єр-міністре, - відповів Голліс. – Роммель вимагає термінового пересування танків якомога ближче до північного узбережжя, але Рунштедт з ним не погоджується. Кінцеве слово за Гітлером. Чи будуть танки рухатись, чи залишаться на місці, залежить тільки від нього і також від того, хто буде його вухами".

- "З цього приводу можу сказати тільки одне, джентльмени, відізвався Черчилль, - цей привілей слід обов'язково залишити за нами".

Вони помовчали, у той час як машина швидко їхала майже безлюдною дорогою, розмірковуючи над наслідками можливого пересування німецьких танкових дивізій на північний захід Франції якраз перед висадкою союзницьких військ. Останнім потужна вогнева сила німецьких панцерних дивізій у поєднанні з їхньою мобільністю та рішучістю Роммеля не залишала жодних шансів на успіх. А це призвело б до краху надій окупованих країн на швидке звільнення, а також означало політичне ускладнення стосунків з СРСР. Дуже ймовірно, що така поразка якраз перед президентськими виборами в США могла б підштовхнути американців до прийняття рішення щодо визначення Тихоокеанського регіону як головного фронту заключного етапу Другої світової війни замість Європейського, який би відійшов на другий план.

Першим заговорив Черчилль: “Слід знайти засіб переконати Гітлера не рухати танкові дивізії з місць їх нинішнього перебування, незважаючи на аргументи Роммеля, Рунштедта чи когось іншого. Я маю на увазі щось несподіване, що могло б подіяти на нього, можливо в цілком ірраціональний спосіб. Нам не треба багато часу, джентльмени. Достатньо буде двох-трьох днів Це буде достатній бонус після нашої висадки, оскільки будь-який рух потім буде під небезпекою наших повітряних ударів. Ви зрозуміли це, Вінгейте? Нам потрібний останній поштовх, щоб перехилити баланс думок фюрера на наш бік, хоча б ненадовго”.

- “В нашому розпорядженні залишилося обмаль часу, Прем’єр-міністре, але навіть, коли б ми мали ще декілька тижнів, важко додати ще щось істотне до тієї картини фальшивої логістики можливої висадки союзників у Франції, яку ми створювали протягом останніх років. Але, як художник, сер, ви, без сумніву, погодитесь, що коли автентичність картини є під сумнівом, положення може виправити справжній підпис художника на ній”.

- “Я зрозумів. Ви маєте на увазі якусь спеціальну схему?”

- “Я вже говорив про неї генералу Моргану, Прем’єр-міністре”, – визнав Морган.

Генерал Фредерік Морган був Британським начальником штабу при генералі Ейзенхауері, Головнокомандувачі Об’єднаних експедиційних сил союзників. У цій якості Морган ніс відповідальність за весь процес планування висадки, як справжньої, так і фальшивої. Він був видатним тактиком, але не завжди погоджувався з пропозиціями полковника Білена з приводу оманливого варіанту висадки союзників. Деякі з цих пропозицій йому відверто не подобалися, оскільки він не міг зрозуміти, чому і як будуть діяти німці в певній ситуації. Також він не завжди розрізняв субтильну різницю між тзв. “чорною” пропагандою, яку здійснювала Екзекутива політичної війни до загально німецького споживання та більш тонкі дії ЛКС в стилі Макіавеллі, спрямовані на оману професіоналів з OKW щодо стратегічних намірів союзницьких військ. Як результат, відносини між генералом Морганом та ЛКС мали дещо напружений характер. Вінгейт знав Моргана дуже добре, оскільки вони служили разом у Белуджистані перед війною.

- “І що сказав Морган?” – спитав Черчилль.

- “Він не вважає мою пропозицію достатньо реальною, Прем’єр-міністре”.

- “Дозвольте це вирішити мені. Продовжуйте, прошу.”

- “Моя пропозиція полягає в тому, щоб послати до Німеччини одного з тих німецьких агентів, які працюють на нас тут. Ми вже посилали одного чи двох з них до Лісабону, де вони зустрілися з німецькими колегами, успішно виконали наше завдання і повернулися до Лондону, як було узгоджено. Ми оберемо одного з них, найбільш вартого довіри, і він повернеться до Німеччини, ніби виконавши завдання Гітлера, а в дійсності – виконуючи наше завдання. Він повезе з собою папери, які підтвердять все, що ми хочемо підтвердити. За моєю думкою, такий захід як раз і зможе перехилити баланс довіри на нашу користь – принаймні на той час, щоб ми змогли скористатися перевагою”.

- “Дійсно несподівана пропозиція, Вінгейте. Яке на мене, вона пов’язана з надмірними ризиками та викликає багато питань. Уявіть на хвилю нас в позиції Гітлера. Чому ця людина (агент) так раптово прибула з цінною інформацією? А чому ми такі впевнені, що цей агент таки поїде до Німеччини? Він уже один раз зрадив, щоб врятувати свою шкіру. Він може це зробити ще раз. Подорож до Лісабону – одна річ, до Берліну – зовсім інша. А може він обере за краще десь відсидітися до висадки військ союзників, щоб потім приєднатися до них. А можливо взагалі зникне в невідомому напрямку?”

- “Наші радіоперехоплення німецьких донесень дозволять взнати, чи виконав він наше доручення, сер”.

- “Згоден. Але вони не зможуть змусити його це зробити. І ми з вами теж, оскільки не будемо мати жодного впливу на його дії. Поки ці агенти на нашій землі, вони слухаються нас. Позбавлені нашого контролю, вони слухатимуться тільки самих себе. І що може перешкодити такій людині розповісти німцям не “нашу” історію, а справжню?”

- “Погоджуюся з Вами, Прем’єр-міністре”, - сказав Голліс твердо. – “Ризик є надто великий, щоб посилати назад зрадника. Я особисто дуже сумніваюся, щоб Гітлер, незважаючи на всю його тзв. інтуїцію, вже не кажучи про фахівців таких, як Рундштедт або Роммель, повірили в достовірність донесення такої людини, нехай як би вона була справно нами споряджена в сенсі документів і т.д. А ми з вами не так би поводилися за подібних умов?”

Але Вінгейт вперто продовжував: “Інформація, яку він візьме з собою, сер, обов’язково буде підтверджена радіодонесеннями німецьких агентів, що працюють тут на нас, а цим людям німецьке командування дуже вірить. Як доказ цього один з агентів недавно був нагороджений Залізним хрестом”.

“Як син священика, Голлісе, - сказав Черчилль, - ви мені пробачте, якщо я повторю біблейську історію про Лазара та Дівера, яка, як на мене, має відношення до нашої справи. Дівер, як ви пригадуєте, була багата, але нечестива людина, яка щоденно розкішно харчувалася. Лазар був злидар біля його воріт, який задовольнявся крихтами зі столу багача. Коли вони померли, то Лазара янголи понесли в рай, а Дівер потрапив до аду. Звідти, страждаючи, він побачив Лазара та Абрахама в раю та попросив у них допомоги. Але вони відмовили. Тоді Дівер попросив дозволу повернутись на Землю, щоб попередити своїх п’ятьох братів про необхідність змінити поведінку, інакше вони будуть страждати в аду. І в цьому йому відмовив Абрахам, пояснивши, що якщо брати Дівея не слухали Мойсея та пророків, то вони не послухаються і його, нехай би він встав із мертвих. Отже, джентльмени, якщо немає віри воскреслому з мертвих, то чи повірять словам агента, який не має в своєму активі такої драматичної обставини?”

- “Я погоджуюся, Прем’єр-міністре, - сказав Голліс, але, з вашого дозволу, якщо я можу прийняти на себе роль адвоката диявола, донесенню мертвої людини наші вороги вже вірили під час цієї війни. Я маю на увазі операцію “Mincemeat” (англ. фарш)”.

- “Було таке”, - визнав Черчилль.

- “Якщо мені можна щось додати, Прем’єр-міністре, - втрутився Вінгейт, - історія з Біблії переказує нам тільки думку Абрахама. В дійсності вона ніколи не була перевірена. Якщо ми пошлемо нашого агента в Німеччину, про це OKW повідомлять звідси їхні агенти, яким вони довіряють. Вони ж повідомлять про важливу військову інформацію, яку везе з собою агент. Німці знатимуть, коли і де він з’явиться, вони його зустрінуть та відноситимуться до нього з великою повагою. Отже, частково вони вже повірять у важливість та значущість цієї людини та її інформації”.

- “Але ризик все ж таки залишається великим, - відповів Прем’єр-міністр. – Як для наших планів, так і для цієї людини. Нас, насамперед, цікавить його успіх, отже успіх наших планів. Але як у випадку успіху, так і у випадку невдачі життя цієї людини буде під загрозою. Так, навіть якщо німці йому повірять, то вони все одно будуть тримати цього агента під наглядом, можливо у в’язниці, до тих пір, поки його інформація не підтвердиться. Оскільки вона і не повинна підтвердитися, скоріше навпаки, то що чекає цю людину? В найкращому випадку – швидка смерть, в найгіршому – повільна. Якщо ж вони не повірять агенту, то ці альтернативи постануть перед нами одразу. Не дуже гарна перспектива для нашого посланця”.

- “У даному випадку ми свідомо посилаємо людину на смерть, Прем’єр-міністру”, - додав Голліс.

- “Під час війни так трапляється щоденно. Яка різниця, якщо він буде знати з самого початку, що шанси вижити в нього мізерні”, – парирував Черчилль.

- “Ми могли б запропонувати йому значну суму грошей, або принаймні, взяти на себе турботу про його родину, якщо він не повернеться, сер”, - запропонував Вінгейт.

Черчилль незадоволено хитнув головою: “Не думаю, що людина, яка нам потрібна, потребує фінансових стимулів, джентльмени. Він прагнутиме це зробити як справу честі, як особистий виклик, як можливість здійснити те, що не змогли здійснити інші – з ризиком і славою в однаковій пропорції. Але де ж нам знайти такого добровольця, зі справжнім німецьким родоводом, у якому ми могли бути абсолютно впевнені?”

Черчилль зробив паузу, жуючи свою сигару, його лоб зморщився від напруженої думки. По цьому він почав м’яко говорити, ніби розмірковуючи вголос: “Є тільки одна можливість, джентльмени. Коли я призначив два роки тому Маунбаттена керівником об’єднаних операцій, Ви знаєте, що він одразу створив новий міжнародний загін з норвежців, голландців, угорців та французів – людей, які мають з нами спільну мету в цій війні і спільного ворога. Він навіть хотів долучити до них американців, але вони вже мали свій загін рейнджерів. Тоді він сформував загін невідомих воїнів і назвав його “Війська Ікс”. Можливо когось для нашої мети можна знайти там? Всі вони сміливі молоді люди з доброю

освітою, дуже треновані і готові воювати. Багато з них втратили своїх родичів, навіть цілі родини, які потрапили до рук гестапо, отже вони добре знають, за що воюють. І як Залізній гвардії Кромвеля, їм подобається те, що вони роблять. Всі вони добровольці, які свідомо вступили в цей загін і повністю розуміли ризики, з цим пов'язані. І нам потрібен доброволець, який би свідомо пішов на виконання означеної місії, без жодного натиску з нашої сторони".

Черчилль виплюнув залишки сигари. "Така персона, - продовжував він далі, розвиваючи думку, - повинна розуміти, що від неї залежить хід історії. Цю людину тільки стимулює знання, що у разі успіху, він не тільки врятує життя багатьох тисяч молодих людей його віку, але й зменшить страждання багатьох народів Європи і світу. Якщо ви погоджуєтеся з цією ідеєю, пропоную Вам, Вінгейте, одразу розпочати пошук відповідної кандидатури серед особового складу "Військ Ікс". І пам'ятайте, що успіх або невдача залежатимуть від правильного вибору цієї людини. Тримайте мене в курсі справи".

- "Спасибі, Прем'єр-міністре", - сказав Вінгейт. Він не вважав за потрібне пояснювати, що перед своїм сьогоднішнім від'їздом з Лондона, він вже направив свого помічника до командира "Військ Ікс" з дорученням знайти добровольця для виконання завдання найвищої важливості, пов'язаного з ризиком.

Така людина була знайдена, їй вдалося успішно виконати це завдання і навіть повернутися живою до Британії після успішної висадки союзників. Британці звали його Степфен Ріглі, німцям він був відомий під кодовим ім'ям "Німрод", в дійсності ж це був німецький антифашист Стефан Розенберг. Про це детально написав британський автор Джеймс Лізор у своїй книзі "Війська Ікс" (Leasor James. X-Troop. – London: Gorgi Books, 2002. – 287 p.) , але це вже зовсім інша історія.

Запитання та завдання до самоконтролю

1. Як називалися мешканці держави Петра?
2. Який дослідник, як і коли «відкрив» забуте місто Петру?
3. Які «логістичні» функції виконувала Петра на перехресті давніх торговельно-транспортних шляхів у Південно-Західній Азії?
4. Яку роль у занепаді Петра відіграла «Троянова дорога»?

5. Яке значення в історичних аспектах міжнародної логістики має приклад держави Петра?
6. Який давній торговельно-транспортний шлях контролював острів Хортиця?
7. У якому році був прийнятий Указ Президента України «Про невідкладні заходи щодо розвитку Національного заповідника «Хортиця»?
8. Які функції з точки зору міжнародної логістики виконувала Запорізька Січ?
9. Де ховали свої скарби запорізькі козаки?
10. Коли і за чиїм указом була ліквідована Запорізька Січ?
11. Яка історія пов'язана з «сідлом отамана Сірка»?
12. Яке застосування знайшла логістика в операції «Overlord» під час Другої світової війни?
13. Яку мету мав план «Fortitude» як складник операції «Overlord»?
14. Яке застосування знайшла «фальшива логістика» під час підготовки операції «Overlord»?
15. Які новітні транспортно-логістичні рішення були застосовані союзницькими військами в ході виконання операції «Overlord»?

РОЗДІЛ 6. ВІЙСЬКОВА ЛОГІСТИКА ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС (НА ПРИКЛАДІ ПАМ'ЯТОК КОЗАЦЬКОЇ ДОБИ, БОЮ ПІД КРУТАМИ ТА ЛІНІЇ АРПАДА)

6.1. Українське козацтво

Особливості та досвід військової логістики може бути важливим туристичним ресурсом, який базується на певних подіях у військовій історії світу та окремих країн. Не меншу цікавість являють собою військові події української історії, зокрема, це відноситься до логістичного досвіду українського козацтва, транспортно-логістичних особливостей бою під Крутами та Лінії Арпада. Ці події можуть слугувати значним туристичним ресурсом для розвитку військово-історичного, військового (мілітарі), ностальгійного (сентиментального) та інших видів туризму в Україні. Деякі з них вже активно використовуються в туристичній діяльності, зокрема, це відноситься до Лінії Арпада, що знаходиться в НПП «Синевир» Закарпатській обл.

Колись наші славні предки, запорізькі козаки, силою духа і тіла славилися. До 90-100 років доживали (якщо в боях Бог зберіг!) і здоров'я мали богатирське. До знахарів і доморощених лікарів ставилися з презирством. Потреби в них не знали, бо природну їжу споживали і здоровими були. У себе вдома, у тривалих походах чи на Запорізькій Січі, їхня їжа була, як і в більшості українських селян, простою, природною, здоровою. Готували саламаху, тетерю і щербу, каші з медом, молоком, рибною юшкою, кулеші, мамалигу з

бринзою, сиром. Замість хліба пекли коржі - загреби. На козацькому столі часто з'являлася варена, сушена та в'ялена риба. Коли ж козаки хотіли поласувати м'ясом, дичиною, варениками чи галушками, то складали артіль, збирали гроші, закуповували продукти у селах і передавали їх кухарю. Істотно, що кухарем у козаків призначалася не випадкова особа, а та, якій козаки довіряли важливу справу свого харчування. Отже, це повинна була бути високоморальна людина, яка б не користувалася можливостями своєї важливої посади у козацькому війську. Так було у мирні часи.

Щодо військових походів, то козаки відзначалися високою пристосовністю до важкого похідного життя в степу. Як досвідчені слідопити, вони могли використовувати в їжу всю підручну зелень - кропиву, лопух, подорожник, стрілолист, чистяк, лободу, спориш, рогіз і навіть ряску. Зелень їли сирою, варили або робили з її кореневищ «хліб». Немає зелені – могли згодитися ягоди шипшини, плоди груші - дички або дикої сливи. «В степу і хрущ - м'ясо», - говорили досвідчені козаки і не гребували всякими комашками, коніками, сараною, гусеницями. Їх знаходили самі, або ж розривали мурашники, вигрібаючи у мурашок їхні запаси. Взимку також виколупували всяку живність зі стебел і головок будяків. Миші, ховрахи і хом'яки, які водилися в степу, також використовувались козаками - і не тільки як білкова добавка до їх мізерного похідного раціону. У розритих норах цих гризунів козаки знаходили зроблені ними запаси на зиму - передусім зерно диких злаків. Також в їжу козакам йшли яйця і пташенята диких птахів. І вже особливим шиком у запорожців, які не з чуток знали, що голод не тітка, був «гадючий куліш». Про рецепт цього делікатесу краще промовчати, хоча запорожці філософськи говорили з цього приводу «Все корисно, що в рот полізло». А щоб воно краще «лізло», рясно присмачували свою страву часником і цибулею, так що страва була справді «пекельною». Існувала навіть легенда, що справжнім козаком - запорожцем міг стати лише той, хто покуштував хоч пару ложок цього самого «гадючого кулеша» ...

Важлива ще одна деталь. Обов'язковим атрибутом козаків була не шабля, і навіть не шаровари, а … кожух. З часів польської адміністрації він був обов'язковою складовою «речового забезпечення» козаків, бо кому, як не запорожцям, було знати, що таке зима в

степу. До слова, обов'язкові шинелі в російській армії були запроваджені тільки за Павла I. Діяли запорожці не стільки кінним, скільки пішим строєм. І хоча ряд тримати вони не вміли, це в степовій війні їм не було потрібно. Від насідаючих татар вони відбивалися за своєрідним табором з зчіплених між собою гаками возів, який називався ще з давніх часів «гуляй – город». А проти «правильних» армій будували укріплені табори.

Пізніше, уже у складі російської армії запорожці діяли як провідники, як розвідники – пластуни, як диверсанти та як стрілки - єгері, а також могли штурмувати фортеці в якості легкої піхоти. Іноді запорожців використовували ще як піхоту морську - для десантування в тилу ворога, для абордажних сутичок тощо. Історичні джерела про кубанців Першої світової війни сповіщали: Пластуни - це були особливі частини, кубанська козача піхота. Вони славилися винятковою витривалістю, могли рухатися пішки майже без привалів і без доріг, і в таких маршах нерідко випереджали кінноту. Відрізнялися і бойовою майстерністю, влучністю в стрільбі. Але вважали за краще діяти холодною зброєю причому мовчки - без криків, без пострілів, з крижаним спокоєм, що завжди справляло на ворога приголомшуюче враження. Через свої марші і переповзання зовнішній вигляд мали вкрай обшарпаний, але це вважалося особливим шиком, це було привілеєм пластунів - виглядати обідранцями. Зберегли вони і залишки духу запорізької вольниці, командир тут був справжнім "батьком", а важливі питання вирішували в колі.

6.2. Бій під Крутами.

Російські більшовики не поспішали відразу повалити Центральну Раду силою, а спочатку спробували захопити владу мирним шляхом - на Всеукраїнському з'їзді Рад робітничих, солдатських і селянських депутатів. Проте зробити це не вдалося: з'їзд прийняв сторону Центральної Ради. Але делегати - більшовики не визнали поразку, відбули до Харкова, де провели альтернативний з'їзд Рад, створили альтернативну владу - ЦВК України, і тут же звернулися за військовою допомогою до радянської росії, яку та негайно і надала. Командування здійснював колишній підполковник російської армії М.А. Муравйов. Виходець із селянської родини він в 1901 році закінчив Казанське піхотне училище; в Російсько-японську війну в чині поручика командував ротою 122-го

Тамбовського полку, був важко поранений в голову, доліковувалася у Франції, де, очевидно, і став апологетом Наполеона. Однак Лютнева революція дала новий поштовх його кар'єрі. І ось «червоного Бонапарта» відправляють разом з Антоновим - Овсієнко на боротьбу з Центральною Радою. Червоні війська, ядром яких були балтійські матроси і загони червоногвардійців з російських міст, рушили залізницями в напрямку Харків – Полтава - Київ та Курськ – Бахмач - Київ. Почалася так звана «Ешелонна війна». Тим часом Центральна Рада з жахом виявила, що військових сил у неї катастрофічно бракує: частина українізованих частин була демобілізована ще восени, а в тих, що залишилися, були сильні пробільшовицькі настрої.

22 січня 1918 р. Центральна Рада своїм IV Універсалом проголосила Україну незалежною державою, а 25 січня її делегація, як самостійна, вирушила в Брест на переговори з Центральними державами. Але одного цього було замало, щоб стримати червоногвардійські загони. І тоді був кинутий клич до національно-патріотичної молоді Києва стати на захист від «московських орд». У середині січня 1918 р. пройшло студентське віче, на якому був організований Студентський курінь (батальйон) січових стрільців. У цей курінь також почали записуватися гімназисти Другої української гімназії. Спочатку передбачалося, що студенти - «січовики» нестимуть вартову службу, проте ситуація для ЦР була настільки катастрофічною, що через 7 днів військової підготовки Студентський курінь (десь до 130 чоловік) за наказом начальника Київського гарнізону полковника Юрія Капкана відправили на станцію Крути (між Ніжином і Бахмачем) тримати оборону. Чи потрібно говорити, що багато «січовиків» після такої підготовки не вміли навіть стріляти. На станції вже знаходилися чотири сотні «юнаків» (юнкерів) Першої Української військової школи імені гетьмана Хмельницького (колишнє Константіновське військове училище) і кілька десятків вільних козаків - «гайдамаків» (з числа колишніх фронтовиків) під загальним командуванням сотника А.М. Гончаренко. Доля Аверкія Гончаренко в багато чому нагадувала долю Муравйова. Уродженець села Дащенки на Полтавщині, він в 1912 р. закінчив з відзнакою Чугуївську військову школу, під час Першої світової війни воював, командував батальйоном, був нагороджений Георгіївським хрестом, а у часи революції

пов'язав свою долю з Українським визвольним рухом. Гончаренко вдалося більш - менш організувати оборону станції і підходів до неї: вирити у мерзлій землі лінію окопів по обидві сторони залізничного насипу, встановити кілька кулеметних точок, зруйнувати залізничний шлях у трьох км від станції: підготувати імпровізований «бронепоїзд» сотника Лощенко, що складався з гармати і 4 кулеметів, поставлених на платформу і укритих мішками з піском.

Звичайно, чутки про «московські орди» були перебільшені, але червоних військ все ж таки було набагато більше: їх чисельність під Крутами оцінюють в 4000 бійців, посилених трьома гарматами і кількома десятками кулеметів. Вранці 29 січня біля станції з'явився Перший загін червоноармійців. Йшли вони колоною, попереду - матроси - балтійці. Підпустивши їх ближче, захисники Крут відкрили вогонь. Зазнавши відчутних втрат (все-таки у захисників Крут було 16 кулеметів!), червоноармійці розгорнулися в бойовий порядок і спробували оточити правий фланг супротивника «з використанням усіх передбачених тактикою правил», як згадував потім Гончаренко. Водночас червоні намагалися полагодити розібрану колію, але «бронепотяг» сотника Лощенко кілька разів висувався і розстрілював ремонтників в упор. Червоні артилеристи почали полювання за «бронепотягом» і зрештою вибили всю його обслугу. Ситуація для захисників Крут погіршилися й тим, що поїзд, де знаходився штаб оборони на чолі з сотником Тимченко «ретирувався» від станції на кілька км, прихопивши з собою і запаси патронів. Гончаренко кинувся наздоганяти поїзд - але безуспішно (рис.6.1).

Про те це ще не була найбільша дивина цього бою. Ближче до полудня на станцію з Києва прибула підмога - батарея полковника Алмазова і 4 броньовики (у тому числі 1 гарматний) під командуванням сотника Самойленко. Однак ці значні сили не змогли вивантажитися через відсутність дошок для з'їзду і тому були лише «бездіяльними свідками бою». До п'ятої години вечора Гончаренко усвідомив безперспективність подальшої оборони і наказав підлеглим відступати за станцію, де їх чекав ешелон. З якоїсь причини наказ не дійшов до одного з чот Студентського куреню, який попрямував на саму станцію, де був узятий в полон і пізніше в повному складі страчений. Втрати червоних під

Крутами, як стверджують, склали близько 300 чоловік, які там же і були поховані. Тіла розстріляних студентів переможці залишили непохованими. А ось дані про втрати військ УНР різняться. Сам Гончаренко називав цифру в 220 осіб, хоча інші учасники бою оцінювали загальні втрати в 30-40 «юнаків» і близько 50 «січовиків».

Поки українські війська відступали від Крут до Дарниці, вони знищували за собою залізничне полотно і телеграфні дроти, що міцно вплинуло на подальші події. Тому війська Муравйова добиралися до Києва не три години, а шість днів. Червоні війська, захопивши Київ, влаштували там терор, за короткий час розстрілявши біля 5000 чоловік (у тому числі близько 3 тис. офіцерів). Таким чином, «мирні» втрати перевищили втрати під Крутами в десять разів. Пограбувавши місто, Червона армія незабаром змушена була відступити через наближення німецьких військ та їх союзників - військ Центральної Ради.

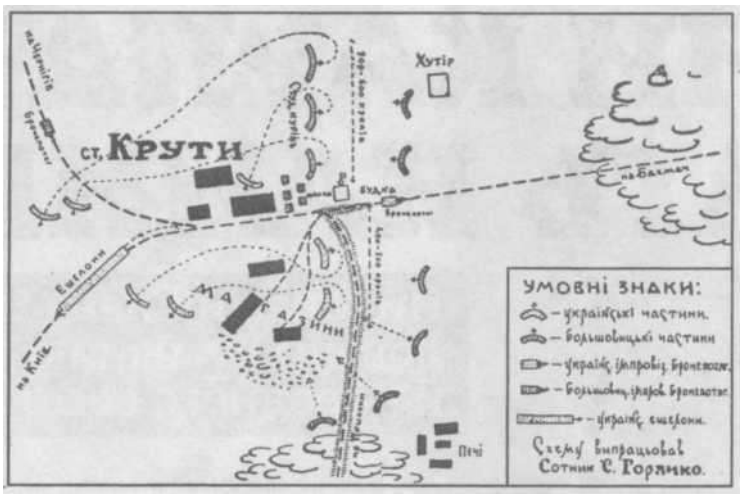


Рис. 6.1. Схема бою під Крутами

З тих пір героїчна бувальщина про студентів-героїв Крут, міцно увійшла в українську національну історіографію, хоча і по цю пору йдуть суперечки про правомірність дій з боку тодішніх українських державних мужів. Але фактом є, що тиждень затримки наступу червоних на Київ на станції Крути забезпечив можливість Українській делегації на Брест-Литовській мирній конференції підписати мирний договір, за яким більшовики були змушені дозволити німецько-австрійським військам зайняти Україну з Кримом, а також Кубань, що призвело до утворення Української держави на чолі з гетьманом Скоропадським.

Бій під Крутами в нинішніх умовах може бути потужним туристичним ресурсом, на базі якого вже створено Меморіальний комплекс «Пам'яті героям Крут» на самій станції, а також їхні поховання на Аскольдовій могилі в Києві. Це особливо істотно для розвитку військово-патріотичного туризму в Україні, патріотичного виховання молоді, а також для розвитку іноземного туризму. Щодо спорудження Меморіального комплексу «Пам'яті героям Крут», то воно розпочалося у січні 1990 року, коли в с. Пам'ятне Чернігівської області поблизу залізничної станції Крути за ініціативою Чернігівського Руху, київської студентської спілки та козаків Конотопа було встановлено перший дерев'яний хрест. 1996 р. на тому місці було насипано курган, дерев'яний хрест замінено залізним, а також встановлено стелу. 2006 р. за участі президента України Віктора Ющенка було офіційно відкрито монумент у вигляді 10-метрової колони. 2008 р. було відкрито музей, який розташовано у залізничних вагонах. Автором експозиції виступив Анатолій Гайдамака. 2010 р. Меморіальний комплекс був переданий у підпорядкування Міністерству оборони України і став філією Національного військово-історичного музею України. Подвигу героїв Крут присвятили свої твори українські поети П.Тичина, О.Олесь, В.Янів, Б.-І.Антонич, О.Стефанович, М.Боєслав, Дажбожич, Б.Стельмах. Наводимо вірш П. Тичини «Пам'яті тридцяти» (1918):

На Аскольдовій Могилі
Поховали їх –
Тридцять мучнів українців,
Славних молодих…

На Аскольдовій Могилі
Український цвіт –
По кривавій по дорозі
Нам іти у світ.

На кого посміли знятись
Зрадника рука?
Квітне сонце, грає вітер
І Дніпро-ріка…

На кого завзявся Каїн

Боже, покарай! –
Понад все вони любили
Свій коханий край.

Вмерли в Новім Заповіті
З славою святих. –
На Аскольдовій Могилі
Поховали їх.

6.3. Лінія Арпада

«Лінія Арпада» - військово-оборонна система німецької армії та її союзників (Угорщини) під час Другої світової війни, укріплена потужними інженерними спорудами, створена вздовж старого державного кордону, який простягався через весь Карпатський хребет довжиною понад 300 км. з 30 вузлами ешелонованої оборони вглиб на 100-120 км. Оборонна система отримала назву на честь князя Арпада, який у 889 році об'єднав угорські племена і заснував угорську державу. Будівництво цієї системи було розпочато в 1940-ому і продовжувалось до 1943 р. В будівництві брали участь переважно військовополонені. Роботи були каторжні. Надзвичайно сильні укріплення було створено в районі Руського перевалу, на Ужгородському, Мукачівському, Хустському, Ясінському, Сигітському напрямках, які вважалися основними. Велика кількість інженерних споруд Хустського напрямку саме і знаходиться на території Національного природного парку "Синевир" у Закарпатській області. Це були численні протитанкові піраміди і загородження, мінні поля, залізобетонні і дерев'яно-земляні споруди (бункери), доти, дзоти, бліндажі, склади тощо. Між селами Синевир і Синевирська Поляна й зараз знаходиться понад сто залізобетонних бункерів, які ще добре збереглися, протитанкові піраміди, залишки окопів тощо. В НПП "Синевир" створено туристичний маршрут, який так і названо "Лінія Арпада". Тут можна більш детально ознайомитись з історією цієї оборонної системи. А на одному з об'єктів колишньої оборонної системи "Лінія Арпада" - залізобетонному бункері – зусиллями НПП "Синевир" з хвойного бруса зведено ще два поверхи та оригінальний дах. В результаті цей казковий будиночок, який служить за мотель і називається «Бункер», тепло приймає туристів на відпочинок.

У вересні 2013 р. у НПП «Синевир» відбулося відкриття військово-історичного музею «Лінія Арпада», який дасть змогу розширити і зміцнити туристичні та культурні взаємозв'язки між Україною та Угорщиною. Урочистий захід відвідали консули Генерального консульства Угорщини в Ужгороді. Військово-історичний музей «Лінія Арпада» нараховує 25 бетонних бункерів, 16 дзотів, десятки мінометних та кулеметних точок і тягнеться на кілька км. Майже половину об'єктів цієї частини оборонної Лінії Арпада працівники парку впорядкували, проклали стежки та містки, розмістили інформаційні щити на українській та угорській мовах, облаштували місця відпочинку. Робота ще не закінчена і зроблено лише перший етап із запланованого (рис.2). Є ще багато планів щодо реставрації та впорядкування історичних об'єктів, детального і глибокого дослідження цього туристичного ресурсу. Під час урочистого відкриття музею українська та угорська сторони обговорили шляхи можливої співпраці у напрямку подальшого поглибленого дослідження Лінії Арпада та розширення експозиційної частини музею. По об'єктах Лінії Арпада проходить промаркований туристичний маршрут і у НПП «Синевир» очікують зростання інтересу до музею з боку українських та угорських туристів, а також усіх, кого цікавить історичне минуле.

Крім контактів з угорськими партнерами НПП «Синевир» також має тісну співпрацю з Чеською Республікою. Село Колочава, розташоване у межах НПП «Синевир» є туристичною «мекою» чехів, оскільки воно було свого часу облюбоване і описане чеським письменником Іваном Ольбрахтом. Підписано угоду про співпрацю з Національними парками Чехії «Крконоші» та «Шумава», а також обговорено питання вступу НПП «Синевир» до асоціації європейських парків «Європарк», членами якої є 400 природо-охоронних установ із 35 країн Європи. Обіцяли чехи допомогти НПП «Синевир» вирішити одну із найболючіших проблем краю – утилізацію твердих побутових відходів, зокрема, Тереблянська долина стане пілотним проектом щодо встановлення сортувальної лінії твердих побутових відходів на Закарпатті. З діяльністю НПП «Синевир», зокрема, реабілітаційним центром бурих ведмедів знайомився очільник Пардубіцького краю Чеської республіки, який пообіцяв допомогти цій природо-охоронній структурі.



Рис. 6.2. Фрагменти залишків Лінії Арпада та мотель «Бункер»

Отже, військова логістика може виступати важливим туристичним ресурсом для розвитку військово-історичного, воєнного (мілітарі), ностальгійного (сентиментального) та інших видів туризму. Це відноситься до військово-логістичного досвіду I та II світових війн, які нині активно використовуються у світовій та європейській туристичній практиці. Не менш цікавим є український досвід військової логістики. У даному розділі цей досвід розкритий на прикладах діяльності українського козацтва, бою під Крутами та Лінії Арпада, які можуть слугувати важливим туристичним ресурсом для розвитку в Україні відповідних видів туризму.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Які були особливості козацької кухні?
2. Які були особливості козацького воєнного спорядження?
3. Які були особливості козацької воєнної логістики?

4. Роль бою під Крутами в Українській історії.
5. Які логістичні особливості визначили результат бою під Крутами?
6. Які політичні наслідки для України мав бій під Крутами?
7. Лінія Арпада, як туристичний ресурс.
8. Лінія Арпада та її воєнно-логістичне значення.
9. Лінія Арпада в туристичній інфраструктурі с.Колочава Закарпатської області.
10. Лінія Арпада як чинник розвитку українсько-угорських туристичних зв'язків.

Розділ 7. ГЕТЬМАН П. КОНАШЕВИЧ-САГАЙДАЧНИЙ – ПЕРШИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ВІЙСЬКОВИЙ ЛОГІСТ

7.1. Московський похід

У наявній логістичній літературі початки логістики позначаються, як ті, що складаються з двох частин - військової та торгівельної (комерційної). При цьому відзначаються унікальні можливості України для розвитку як першого, так і другого складників логістики в силу її геополітичного та геологістичного (або транспортно-географічного) положення, яким наша країна відрізнялася як у старовинні часи, так і нині. Однак конкретних постатей, пов'язаних з відповідним розвитком логістики в Україні в історичному аспекті, на жаль, не згадується. Замість цього наводяться ті прізвища, що були використані у підручниках та навчальних посібниках з логістики російських авторів, які, у свою чергу, їх запозичили з англо-американських джерел. Між тим, є виразний український досвід розвитку як військової, так і торгівельної логістики в минулих історичних епохах. Так, уособленням українського сліду в розвитку торгівельної логістики є кремезна постать українського чумака. Чумацтву та його логістичним особливостям присвячено наступний розділ посібника.

Натомість, український внесок у розвиток воєнної логістики до цього часу невисвітлений. Даний розділ і має метою розкрити особливості діяльності гетьмана П.Конашевича-Сагайдачного, як першого українського військового логіста, який зробив вагомий внесок у національно-визвольну боротьбу українського народу. Цей внесок прослідковується як на прикладі суходільних воєнних операцій українського козацького війська під проводом гетьмана, так і його морських битв у Чорному та Азовському морях. Логістичний аспект суходільних військових операцій козацтва особливо проявився під час

Московського походу та Хотинської битви, а морських - у ході бойових дій в Азовсько-Чорноморському басейні. Логістика у цих випадках полягала в обранні незвичних оригінальних маршрутів руху козацького війська місцевостями, якими раніше війська не проходили, отже, які мали можливості кращого забезпечення потреб військ. Логістичний підхід також був інтегральною частиною ефективної військової стратегії П.Конашевича-Сагайдачного, яка випереджала тогочасні європейські військові концепції на багато років. Доказом успішності логістичних підходів, які застосовував гетьман П.Конашевич-Сагайдачний у своїх військових операціях, є меч, який нині зберігається у музеї королівського замку у Вавелі (Краків, Польща) і на якому написано латинською мовою: “VLADISLAVS + KONASEVICIO KOSZOVIO AD CHOCIMUM CONTRA OSMANUM”, що у перекладі означає: «Владислав (в дар) Конашевичу кошовому під Хотином проти Османа». У Києві є площа Сагайдачного з його пам’ятником та однойменна вулиця (на Подолі). Туристам цікаво дізнатися, коли ж і за що польський королевич Владислав подарував цей меч українському гетьману. Отже, 1620 р. польський великий коронний гетьман Станіслав Жолкевський, грізний переможець московитів, увійшов до Молдови. Але поляки були розбиті османами Іскандера-паші під молдовським селом Цецора, а сам Жолкевський загинув у бою. Така легка перемога надихнула султана до військового походу проти Речі Посполитої, для чого він зібрав 70 тис. турецького війська і 20 тис. кримських татар. У поляків під рукою було не більше 35 тис. жовнірів. Було зрозуміло, що без допомоги українського козацтва їм не встояти. Тому польський король Сигизмунд III Ваза, особисто звернувся до запорізького гетьмана Петра Конашевича-Сагай- дачного із словами: «Я посилаю сина (королевича Владислава) під Хотин і доручаю його Тобі». Отже, матеріал розділу, є корисний як для розуміння історії розвитку української логістики, так і у сенсі логістики туризму.

Сагайдачний та уся козацька старшина були не проти, але попередньо висунули низку вимог, у т.ч.: право свободи віросповідання; скасування посади старшого над козаками, що визначався польським урядом; передання усіх владних повноважень запорізькому гетьману; збільшення кількості реєстрових козаків тощо. Поляки, враховуючи небезпеку,

що нависла над усією Річчю Посполитою, були змушені пристати на вимоги козаків. 40-тисячне козацьке військо вирушило на з'єднання з поляками під турецьку фортецю Хотин (нині це місто у Чернівецькій обл. України). Саме тут, під Хотином і вирішувалась доля Речі Посполитої - у ході Хотинської битви. Ця битва - це низка боїв між польсько-козацьким та османським військами, які відбулися з 2 до 28 вересня 1621 р. Турками було здійснено цілих шість «великих штурмів». Особливо сильним був останній, шостий, який припав на 28 вересня: турки дев'ять раз ходили в атаку на польсько-козацький табір, втратили загиблими понад 12 тис.осіб, але перемоги так і не здобули. Врешті решт, 8 жовтня 1621 р. воюючі сторони заключили мир, що для поляків означало велику перемогу. Однак під час останнього бою гетьман був важко поранений татарською стрілою і королевич Владислав турботливо надав Сагайдачному і свій шатер, і свого лікаря-француза. Крім цього Сагайдачний особисто отримав з рук королевича Владислава у якості нагороди за успішні дії під Хотином золотий канак (ланцюг) з портретом королевича, прикрашений рубінами та сапфірами, і меч, інкрустований золотом. Оцей меч і зберігається нині у Королевському замку в Кракові. Слід відзначити, що меч зберігся у відмінному стані. У квітні 1999 р. меч Сагайдачного, як його називають в Україні (або «меч Владислава», як його називають у Польщі), був експонований у Львівській галереї мистецтв разом з іншими козацькими реліквіями з польських музеїв.

Петро Кононович Сагайдачний (Конашевич-Сагайдачний, р.н. невід. - 1622, з с.Кульчиці у Галичині), гетьман українського реєстрового козацтва, був одним із визначних європейських воєнних стратегів першої чверті XVII ст. Основним кредом його військової стратегії було: перемога над супротивником досягається лише рішучими наступальними діями. Відповідно, на противагу тогочасній західноєвропейській воєнній стратегії він, як правило, намагався уникати маневрування по тилах ворога та довготривалої облоги фортець і прагнув нав'язати супротивнику швидкий та активний бій, готував несподівані удари. Він виробив власну ефективну військову стратегію, головні засади якої включали і логістичні складники, зокрема: а) блокування комунікацій і стратегічних об'єктів в районі воєнних дій (фортець, шляхів сполучення, зв'язку та постачання); б) проведення серії боїв

перед генеральною битвою з метою виснаження або введення в оману супротивника; в) концентрація основних сил і засобів на головному напрямі - як у наступі, так і в обороні. Успішними прикладами застосування стратегічних та логістичних принципів українського полководця можуть слугувати Московський похід П.Сагайдачного 1618 р. та Хотинська війна 1620-21 рр.

Московський похід 1618 р. був пов'язаний з боротьбою за корону московського царя. Серед претендентів на цю корону був і королевич Владислав - син польського короля Сигізмунда III Вази. Польський уряд звернувся по допомогу до запорожців, очолюваних П.Сагайдачним. Він погодився допомогти полякам, оскільки козаки були вороже налаштовані до уряду московського царя, який підтримував дружні стосунки з Туреччиною і Кримом і провокував їхні розбійницькі напади на Україну. Однак козацький гетьман висунув польським послам такі вимоги: 1) розширити козацьку територію; 2) збільшити кількість козацького реєстру; 3) визнати судову та адміністративну автономію козацької України; 4) забезпечити в українських землях права православної церкви. Польський король і Сенат погодилися на вимоги Сагайдачного і прислали йому військові клейноди, тобто булаву, бунчук, печатку, знамена, як ознаки гетьманської влади. Лише тоді він розпочав активну підготовку до походу на Московію. Гетьман розробив власний план ведення війни, але не ознайомив з ним союзників, щоб ті не завадили якимсь чином акції і щоб про неї не дізнався супротивник. Сагайдачний не погодився з наміром королевича Владислава об'єднати українське та польське військо. Також він запропонував тактично новий захід - відмову від традиційного шляху походів на Москву з заходу через Смоленськ-Вязьму, де на той час перебувало військо королевича Владислава. Західний напрямок вже був звичний для московітів, які організували відповідну оборону. Натомість козацький гетьман обрав інший шлях походу, розрахований на те, щоб непомітно підійти до Москви зі сходу. За цим планом українські загони мали просуватися нерозореним війною краєм і відповідно мали можливості забезпечити себе харчами, здобиччю. У такий спосіб руйнувалися оборонні плани Москви, оскільки вона була змушена воювати на два фронти. Відповідно частина московських військ була передислокована проти козаків, що

забезпечило можливість полякам розпочати наступ на Москву, але вони цим не скористалися. Також полки Сагайдачного «відрізали» московітів від таких міст - твердинь, як Бєлгород, Вороніж, Рязань, де були мобілізовані значні людські резерви та зосереджено запаси зброї та продовольства. Гетьман докладно знав про становище московського війська та його наміри ведення війни, оскільки необхідні дані здобула ретельно організована розвідка, яку вели купці, ченці, козаки, кобзарі тощо. Концентрація козацького війська на прикордонні і початок походу припала на середину червня 1618 р. Але перед цим, щоб відвернути увагу московської сторони і з метою захоплення стратегічної ініціативи, гетьман наказав нанести удар із заходу силами чотирьохтисячного загону козаків, які підійшли до Москви і спустошили околиці Калуги. У той же час головні сили Сагайдачного кількістю до 20 тис. чол. вирушили, коли настало літо, і стало можливим просування низинною та болотистою місцевістю. При цьому гетьманський табір мав великі припаси зброї та харчів, а обраний маршрут руху війська був найкращим з тактичного погляду. Активні дії Сагайдачного розпочалися з Путивля, потім він штурмом здобув Лівни та Єлець, де взяв в полон близько 20 тис. чол., у т.ч. московське посольство, яке їхало до Криму за допомогою.

Увесь цей час королевич Владислав перебував під Вязьмою, де зібрав 25 тис. чол. війська і дещо пізніше підійшов під Можайськ, де і затримався до серпня. Такі пасивні дії були типові для західноєвропейської маневрової стратегії того часу. Тільки отримавши звістку про виступ Сагайдачного, польське військо пересунулося під Звенигород, де і відбулася зустріч королевича з посланцями українського гетьмана, на якій було вирішено, що українське і польське військо об’єднаються під Москвою, в Тушино, в кінці серпня. Московський цар вислав проти Сагайдачного військо під керівництвом князя Д.Пожарського, проте князівські ратники при сутичці з козаками розбіглися. Тоді замість Пожарського був призначений воєвода, князь Г.Волконський, якому було наказано стати у м. Коломні і не допустити гетьмана до переправи через р.Оку. Однак Сагайдачний обминув це місто і переправився через Оку вище, а далі вирушив Каширською дорогою і 17 вересня вже був біля Донського монастиря, зовсім недалеко від Москви, що стало несподіванкою

для московітів. Тоді із столиці виступили бояри з усією раттю на чолі з воєводою Бутурліном, проте Сагайдачний раптовим ударом розгромив супротивника, не давши йому навіть можливості розгорнутися. Після цього українські полки перейшли під Тушино, де, згідно з планом, 20 вересня 1618 р. з'єдналися з військом королевича Владислава. Таким чином П.Сагайдачний стояв під Москвою вже наприкінці 1618 р., подолавши понад 1200 км шляху протягом трьох місяців і здобувши при цьому багато укріплених міст і фортець. Для порівняння, польське військо за той же час пройшло лише 250 км, не зустрічаючи серйозного опору і фактично не здобувши жодної фортеці. Виходячи з наведених фактів, можна стверджувати, що українські полки з урахуванням усіх перешкод, які виникали на їхньому шляху, рухалися з середньою швидкістю близько 15-20 км на добу (див. табл.7.1), що, відповідно, перевищувало темпи просування польського війська майже в 6-8 разів. А якщо порівнювати з спроможностями передових армій Західної Європи, де нормою вважалося просування на 1-2 географічні милі (7-14 км) за добу, то можна констатувати, що для українських козаків середня швидкість у поході була більшою в 2-3 рази. А це, своєю чергою, свідчить про добру підготовку Війська Запорозького, його рухливість і боєздатність.

Після об'єднання польського та українського військ на Сагайдачного було покладено завдання організації облоги Москви. Наступ на місто призначили на 1 жовтня - ніч перед святом Покрови. Польська артилерія мала провести артобстріл, щоб зруйнувати укріплення, після чого планувалося козацькими загонами розпочати штурм і захопити Москву. Проте в останній момент гетьман віддав наказ припинити облогу і відступити, оскільки розпочалися московсько-польські переговори про примирення. Гетьман відійшов з козацькими загонами під Коломну, потім захопив Серпухів і Калугу і, очікуючи результатів переговорів, продовжив бойові дії - здійснював рейди далеко поза Москвою, здобуваючи міста, захоплюючи здобич, полонених тощо. Загроза можливих подальших акцій П.Сагайдачного змусила московський уряд погодитися на польські умови і 1 грудня 1618 р. в с.Деуліні (нині м.Сергіїв-Посад Московської обл.) підписати перемир'я на 14,5 років.

Таблиця 7.1. Московський похід П.Сагайдачного (1618 р.): військово-логістична характеристика

№ п/п	Дата	Пункти просування козацького війська		Відстань (км) та середньодобова швидкість руху (км/доба)	Здобуті фортеці та міста
		початковий	кінцевий		
1.	18.06 - 25.06	Путивль	Курськ	210 км; 26 км/доба	Путивль, Рильськ, Курськ
2.	26.06 - 29.06	Курськ	Лівни	180 км; 45 км/доба	Лівни
3.	30.06 - 10.07	Лівни	Єлець	80 км; 8 км/доба	Єлець, Ряжськ
4.	12.07 - 22.07	Єлець	Шацьк	100 км; 10 км/доба	Шацьк, Лебедин
5.	28.07 - 12.08	Шацьк	Михайлов	120 км; 9 км/доба	Михайлов, Скопін
6.	28.08 - 17.09	Михайлов	Серкисів	190 км; 11 км/доба	Серкисів, Серпухів
7.	18.09 - 19.09	Серкисів	Бронниці	80 км; 40 км/доба	Бронниці, Ярославль
8.	19.09 - 21.09	Бронниці	Тушино (з'єдналися з поляками)	60 км; 30 км/доба	Кашира, Косичов, Тушино

7.2. Хотинська битва

Не менш успішними були військово-стратегічні заходи П.Сагайдачного у період Хотинської війни 1621 р. Назрівання великого воєнного конфлікту з Туреччиною він передбачав ще наприкінці 1620 р., коли на Запорожжя почали надходити повідомлення місцевих жителів та свідчення козацької розвідки про підготовчі заходи султанського командування до війни з Річчю Посполитою. Сагайдачний врахував, що армія Речі Посполитої буде неспроможна дати гідний опір такому могутньому супротивнику і польський король звернеться по допомогу до українського козацтва, а воєнні дії обов'язково поширяться на українські землі. Тому вже з початку 1621 р. на Переяславщині, Київщині, Брацлавщині, Волині почали формуватися козацькі полки і готуватися до війни. Особливо активно «мобілізація» проходила на Запорожжі, де вона відбувалася за

допомогою «призовних листів» - універсалів, які надсилалися до адміністрації на «волостях», а та наказувала зачитувати їх на масових зібраннях у містах і селах. Безпосередньо організацію «призовників» здійснювали місцеві сотники і полковники - кожен у своєму районі. Як правило, вона проходила справно і швидко. Збір війська з найближчих до Січі населених пунктів відбувався протягом кількох днів, а з більш віддалених - до тижня. Зауважимо, що на той час в країнах Західної Європи для того, щоб зібрати і підготувати відповідне військо потрібно було від одного до двох місяців, а то й більше.

Султан Осман II готувався «розчавити» Польщу і перетворити її на турецьку провінцію. Польський уряд, розуміючи всю небезпеку становища, що склалося, як і передбачав Сагайдачний, був змушений звернутися за допомогою до запорожців. Хоча українське козацьке військо вже було в основному готовим до війни, гетьман не одразу відповів на пропозиції королевича Владислава, а висунув свої вимоги, про які зазначалося вище. І тільки, коли королевич дав на них згоду, Сагайдачний наказав козацькому війську розпочати підготовку до походу. Саме запорозьке військо, як значна сила, здатна вести не тільки оборонні, але й наступальні війни, помітно вплинуло на становище у Східній Європі не на користь турків. Фактично рішення козаків узяти участь у боротьбі проти Туреччини зруйнувало плани Османа II. Його дипломатія намагалася зашкодити цьому, зокрема вбити клин між козаками і польським урядом. Є дані про те, що, перш ніж козаки об'єдналися з польською армією поблизу м. Хотина, вони отримали від султана пропозицію укласти союз із турками. Козакам султаном було обіцяно у разі завоювання ним Речі Посполитої всілякі пільги і вольності, навіть створення козацької столиці на вибір - або у Києві, або в Кам'янці-Подільському. Проте Сагайдачний відхилив таку пропозицію, оскільки він передбачив наміри турецького султана розбити своїх супротивників поодинці, тобто знову діяв на випередження. Одночасно з підготовкою до походу Сагайдачний здійснив ретельну розвідку в південних степах України і районі Дунаю, де були зосереджені збройні сили турецького султана. Йому стало відомо про плани Османа II, який прагнув, по-перше, здійснити наступ в глибину території Речі Посполитої через Молдову з тим, щоб не

дозволити з'єднатися польській армії з військом запорозьким; по-друге - розбити супротивників поодинці, а далі досягти головної мети війни - захопити Польщу і перетворити її на турецьку провінцію. Крім того, Сагайдачному стало відомо і про те, що султан збирається відправити важкі гармати, порох, ядра і продовольчі запаси морем у Білгород (Акерман), щоб цей вантаж не затримував просування його війська. Одночасно розвідка сповістила про початок спорудження в гирлі Південного Бугу татарами переправи для своїх загонів, які мали вирушити в Молдову на з'єднання з армією Османа II.

Враховуючи цю ситуацію, а також дані розвідки, Сагайдачний зрозумів, що турецька армія може скористатися недоліками в організації підготовки польського війська і вдарити по ньому. Тому він вирішив діяти самостійно. Коли турецька армія виступила з Константинополя у похід, запорожці у відкритому морі напали на турецький транспорт, який перевозив до Білгороду важкі гармати, порох, ядра і харчі. Потопивши його, Сагайдачний з козаками несподівано з'явилися поблизу турецької столиці, тим самим викликавши в таборі султана велике замішання. Після цього Сагайдачний спрямував один із загонів до гирла Південного Бугу з метою перешкодити татарам споруджувати там переправу для походу в Молдову, а другий загін - проти татарської орди до Акермана, де запорожці «наробили багато шкоди». Щоб урятуватися, татари залишили свої оселі і втекли під захист турецької армії до Ізмаїлу. Такими своїми раптовими діями козацькі загони змусили більш чисельну і добре споряджену турецьку армію призупинити подальше просування територією Молдови і затриматись у районі Білгорода (Акермана) аж до кінця серпня 1621 р. Це, своєю чергою, дозволило союзникам козаків - полякам на три дні раніше, ніж супротивник, прибути у район поблизу м. Хотина і зайняти вигідні позиції, а також розгорнути власні сили для зустрічі з ворогом.

Вже 1 вересня того ж року польська армія розташувалась біля Хотинської фортеці. Поблизу проходив шлях через міст, на лівий берег річки Дністер. Це дозволяло польському війську у разі потреби швидко відійти на інший берег і відірватися від переслідування супротивником. Козацькі полки зайняли позиції попереду шляхетських, отаборившись окремо. Вони захистили свій табір глибокими ровами і високими валами. Отже,

Сагайдачний, відповідно до власних тактичних міркувань, розташував своє військо у найнебезпечнішому місці, а саме - на напрямку найбільш вірогідного головного удару турецької армії. Він добре розумів, що перемогти супротивника буде дуже важко, насамперед через чисельну перевагу (майже втричі). Архівні джерела свідчать, що турецька армія, яка прибула 2 вересня під Хотин, налічувала понад 200 тис. чол. На додаток 50-тисячну орду привів кримський хан Джанібек-Гірей, який виступив на боці Османа II. Отже загалом - понад 250 тис. чол. Також турецький султан мав у своєму розпорядженні понад 300 великих і середніх гармат, що перевищувало артилерійський арсенал польсько-козацьких військ у 1,5 рази. За цих умов Сагайдачний прийняв рішення здійснити воєнні дії проти ворога шляхом активної оборони, розраховуючи на швидке виснаження сил противника, а вже потім перейти до раптового наступу. При цьому його метою було в найкоротший термін завдати поразки військам Османа II у живій силі, дезорганізувати турецьке командування і, врешті, змусити його укласти перемир'я. Розуміючи це, основну ударну силу турецьких військ султан спрямував саме проти козацьких полків.

3 вересня 1621 р. турецька армія спробувала рішучим наступом розгромити козацьке військо, а татари атакували польський табір. Однак, зазнавши великих втрат, вони були змушені відступити. Наступного дня відбувся ще один контрнаступ турецької армії. Султан вирішив штурмувати козацькі позиції з обох флангів, але Сагайдачний розгадав його намір і зосередив свої полки і гармати саме на флангах. Разом з тим, козаки залишили центр, який інтенсивно обстрілювався супротивником, і тим самим зберегли свою живу силу. Такий захід дозволив їм не лише відбити натиск відбірних частин Османа II, але й, завдавши нападникам великих втрат, перейти у контрнаступ. У цей день турецька армія втратила близько 20 тис. вояків, а козаки захопили більше 10 турецьких гармат. Після 10 вересня ситуація почала змінюватися: українські полки поступово перейшли до наступальних дій. У ніч на 12 вересня Сагайдачний зі своїм військом одночасно завдав сильного раптового удару по турецькій армії на флангах і в центрі. Успіх козаків був таким, що турецьке командування не змогло навіть організувати опір. Воно втратило керівництво над своїми вояками і в паніці втекло. Сам султан із двома обозами опинився за 20 км від Хотина. Проте

й тоді пасивні дії поляків перешкодили Сагайдачному завершити розгром ворожих сил. 28 вересня запорожці провели останній наступ на турецькі позиції, зламали опір супротивника і змусили його панічно тікати. І вже 2 жовтня, через тиждень після битви, за пропозицією Османа II, розпочалися мирні переговори, у яких Туреччина фактично прийняла всі умови з боку Польщі. 8 жовтня 1621 р. між сторонами було підписано мирну угоду.

7.3. Морські походи

Багато запорізьких отаманів прославились своїми морськими походами, серед них Самійло Кішка, Оліфер Голуб, Іван Сулима, Богдан Хмельницький. Але справжнім «бічом Божим» для османів на морі став гетьман Сагайдачний, який у морських походах не знав поразок. Турецький флот у XVI-XVII ст. нараховував у середньому до 400 кораблів та вважався непереможним у Середземному морі. Морські сили турок були поділені на три флоти: алжирський, єгипетський та чорноморський. Командувач флоту імперії, адмірал (капудан-паша) зі своїм штабом знаходився на острові Родос в Егейському морі, його заступник перебував у Стамбулі при дворі султана. Командири кораблів мали чин капітана (реіса). До команди, що управляла кораблем також належали штурман, помічник штурмана (який був одночасно і начальником над матросами екіпажу), два наглядача за рабами-гребцями та два весельних майстра. Найбільш розповсюдженим типом корабля турецького флоту, його «робочим коником», була галера (каторга). Галера мала приблизно 50 м довжини, 6 м ширини та 2 м осадку, 3 щогли, ходила на 25 парах весел з прикованими ланцюгами гребцями-невільниками. Артилерійське озброєння галери складали 4 гармати, що стріляли 15-кілограмовими ядрами. Галера могла брати на борт 100-140 солдат десанту.

П.Сагайдачний підмітив в османській морській міці слабке місце, «ахілесову п’яту». Оскільки, на той час, широко використовувалась вогнепальна зброя, то втрати гребців під час перестрілок та абордажних боїв були досить суттєвими - тим більше, що супротивні сторони завжди намагалися перш за все знищити «живий двигун» супротивника. Тому турки, як і багато інших мореплавців тієї епохи, стали набирати у гребці рабів, хоча раніше набирали тільки вільних. Отже, склалося так, що на турецькій галері більшість екіпажу не тільки не приймала участі в абордажному бою, але й намагалась підняти бунт проти своїх

поневолювачів. Крім того, яничари звичайно мали по одній рушниці, у той час як козаки озброювались декількома рушницями і під час зближення кораблів просто засипали турок кулями. А козацькі «чайки» , користуючись своєю кращою маневреністю і більш низькою осадкою, успішно уникали вогню турецьких гармат, у той же час атакуючи їх з мертвих зон. Якщо ж ворожий корабель був надто потужним і його неможливо було захопити, то його знищували за допомогою своєрідного «брандера» - байдака (човна, що був начинений порохом).

До морського походу запорожці готувались ґрунтовно і заздалегідь. У нього набирали, як правило, козаків, які вже мали досвід участі у подібних походах. А капітан «чайки» крім усього іншого повинен був вміти працювати з нюрнберзьким квадрантом. Допускалась наявність двох-трьох недосвідчених козаків в якості джур (юнг) на одній «чайці» (при загальній чисельності екіпажу 40-60 осіб), не більше. Козаки запасались порохом, брали 5-6 рушниць на людину, запасну щоглу, воду і провіант (солонину, в'ялену і сушену рибу, сухарі). Цікаво, що іноді навіть ікони покровителів козаків - Покрова Богородиці і Святого Миколая, які вони брали з собою у похід, писались масляною фарбою на сушеній камбалі. В особливо далеких походах козаки користувались «кобицею» - плиткою з кримського ракушечника, в якій вони розводили вогонь для підігріва їжі. Дисципліна під час походу була суворою, так, козака, якого побачили п'яним, просто викидали за борт. Гребли практично без зупинки, у декілька змін, так що за попутного вітру могли дійти від гирла Дніпра до берегів Малої Азії за дві- три доби.

Перший значний морський похід під керівництвом П.Сагайдачного відбувся 1602 р., коли запорожці на 30 «чайках» напали на місто і фортецю Кілію, при цьому розгромивши турецьку ескадру Хасан-аги. Наступну морську військову операцію запорожці під керівництвом Сагайдачного здійснили 1606 р., коли вони напали на Варну - одну з військово-морських баз турецького флоту, і розгромили її. Недарма українська народна пісня повідомляла:

Була Варна славна здавна,
Славніш неї - козаки.

У 1607 р. козаки Сагайдачного напали і спустошили 2 турецьких міста - Очаків та Перекоп, а 1608-1609 рр. спустошили береги Анатолії. 1614 р. козаки здійснили цілих три морських походи проти турків. Перший закінчився провалом, бо козаки потрапили у жорстокий шторм, їхню ескадру розкидало по всьому Чорному морю, багато потрапили в полон. Тоді Сагайдачний одразу організував новий похід і вже в липні напав на багатий Трапезунд (який до того не знав погромів), а за ним розгромив ще один потужний турецький порт - Синоп. У ньому флотилія Сагайдачного знищила весь турецький флот, що там знаходився, а також всі галеони і галери, які там будувалися, а також корабельню та арсенал, завдавши туркам збитків на 40 млн акче. При цьому були звільнені тисячі полонених, а козацька ескадра без перешкод рушила зворотнім курсом - додому. Коли звістка про цю подію дійшла до Стамбула, розлючений султан Ахмед I наказав повісити свого першого міністра - великого візира Насаф-пашу, а бейлербею Румелії Ахмед-паші наказав перехопити козацьку флотилію у гирлі Дніпра. До Очакова було терміново доставлено потужні гармати, скеровано корпус яничар у 4 тис. шабель та ескадру Алі- паші. Морська розвідка Сагайдачного все це виявила, відповідно перед Очаковом гетьман своє військо поділив на дві частини: одну з трофеями та полоненими відправив на Січ суходолом, а з другою пішов вночі на прорив турецького заслону. Прорив цей вдався, хоча бойові втрати козацького флоту склали біля 200 чол. 1615 р. Сагайдачний здійснив напад на Стамбул, розгромив та спалив його пристані Мізівне та Архіокі, а потім демонстративно, парадним строєм відплив додому. Султан відправив у погоню Алі-пашу, але той у битвах біля острова Зміїний та біля Очакова зазнав поразки, а його самого, пораненого, козаки взяли в полон. Зенітом морської слави Сагайдачного став 1616 р. Спочатку біля 2 тис козаків під його командуванням розгромили турецьку ескадру під Очаковом і Кінбурном (при цьому 15 галер стали здобутком козаків), потім усією своєю силою напали на Кафу (Феодосію), яка була головним ринком невільників - слов'янських рабів на Чорному морі. Місто не врятував навіть 14-тисячний гарнізон: при допомозі полонених-рабів, які відкрили вночі браму міста, воно було захоплено козацьким десантом і спалено вщент. Восени того ж року, несподівано для турків, Сагайдачний за допомогою десанту знову взяв Трапезунд

та Синоп, при цьому на рейді затопив ескадру Цикалі-паші. Після таких перемог, вже на куражі, Сагайдачний скерував «чайки» до Стамбулу, спалив пів-міста, знищив до 6 тис. турок, а потім ще привів свою ескадру безпосередньо у Босфорську протоку і там під бій литавр і залпи фальконетів провів морський парад. Ну а вже «верхом нахабства» було те, що «чайки» повертались додому через Керченську протоку та Азовське море, де флотилію Сагайдачного зустріла ескадра Ібрагім-паші, однак і з нею у короткому, але жорстокому бою січовики розправилися.

Отже, за три роки Сагайдачний та його запорожці «перемололи» весь військово-морський флот Османської імперії, зруйнували всі найбільші військово-морські бази османів на Чорному морі та істотно підірвали работоргівлю слов'янськими бранцями. Італієць П'єтро делла Валлє у травні 1618 р. повідомляв з турецької столиці: «Турки не мають на Чорному морі жодного місця, яке б козаки не завоювали і не зруйнували». Запорізький флот досягнув піку своєї могутності, мав у своєму складі біля 300 «чайок» та інших кораблів, з сумарним екіпажем до 20 тис. «десантників». У такий спосіб запорожці заявили про себе, як про значну військово-морську силу усій Європі. З 1614 до 1624 рр. флот запорожців мінімум п'ять разів громив турецькі ескадри в морських битвах, два рази це закінчувалось загибеллю турецьких адміралів, три рази козацькі ескадри брали в облогу турецьку столицю. Козаки потопили, спалили і захопили сотні мусульманських кораблів, здійснили десятки успішних десантів в порти і міста Османської імперії, неодноразово проривались через протоки. Однак після смерті гетьмана Петра Сагайдачного інтенсивність морських походів запорожців ослабла, а з 1638 р. вони і зовсім припинились, оскільки, завдавши поразку декільком козацьким повстанням, польська влада суворо заборонила запорізьким козакам виходити в море.

Незважаючи на це, Османська імперія добре пам'ятала козацькі морські походи, тому, щоб їх і надалі уникнути, турки заключили з запорізькими козаками договір про пільгову торгівлю в портах Туреччини на Чорному та Середземному морях. Після підписання договору військова активність запорізького флоту одразу впала до нуля. Бойові «чайки» перетворились у купецькі кораблі. Отже, козаки уміли не тільки добре воювати, а й бути

вправними купцями та дипломатами, що і дозволило їм заключити у 1649 р. дуже вигідний торговельний договір терміном дії аж на 100 років, що складався з 13 пунктів. З них найважливішими були перші три: 1. Дозволяє Султан Турецький війську козаків і їхньому народу мати вільне плавання на Чорному морі до всіх своїх портів, міст та островів, також на Білому (Середземному морі) до всіх своїх володінь і островів з їхніми портами і до портів інших Володарів і володінням Християнським, а також по всіх річках і до всіх міст, з якими, за своїм бажанням, в торгівельні та купецькі справи входити можуть, продавати, купляти, міняти, по своїй волі стояти в портах і виїжджати, коли захотять, без усякої перешкоди, спротиву і утруднення. 2. Для сприяння нової торгівлі війська Запорозького і народа його Султан Турецький звільняє купців від всілякого мита і податків, а також їхні товари, які вони у державу Султана хочуть завозити або вивозити, терміном на 100 років, за чим посадові начальники дивитись повинні. А через 100 років, якщо Аллах дозволить, для них передбачатимуться невеликі податки, як і для самих турків. 3. Будинки для складування товарів в містах і портах Султана Турецького, як на Чорному, так і на Білому морях, Султан дозволяє війську козаків заводити і там торгувати, а купцям їхнім вільно перебувати, не сплачуючи жодних податків та мита, протягом названих 100 років. Цей документ доводить статус Запорізького (українського) козацтва, як повноцінної військово-демократичної держави, яка існувала в межах міжнародного права тієї епохи, і з яким вважали нормальним і необхідним заключати військові і торгівельні союзи держави Європи та Азії, зокрема Османська імперія.

Запитання та завдання для самоконтролю:

1. Чому меч Сагайдачного у Польщі називають меч Владислава?
2. Де зберігається меч Сагайдачного?
3. На якій площа Києва знаходиться пам’ятник Сагайдачному?
4. У якому районі Києва знаходиться вулиця Сагайдачного?
5. Які логістичні особливості московського походу Сагайдачного?
6. Які логістичні особливості Хотинської битви та участі в ній українського козацтва під проводом Сагайдачного?
7. Як проходила мобілізація козаків до полків у разі воєнної необхідності?
8. У якій області України знаходиться місто Хотин та на якій річці?
9. Які логістичні особливості мали морські битви козаків під проводом Сагайдачного?
10. Як козаки перетворились в успішних купців після морських перемог над турками у Чорному морі?

Розділ 8. УКРАЇНСЬКЕ ЧУМАЦТВО ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС: ЛОГІСТИЧНИЙ ВИМІР

8.1. Українські чумаки: історична довідка

Чумаки в Україні - це не просто фах, а цілий пласт історії та географії логістики в нашій країні. Як нині складають пісні про водіїв далекобійників, так колись про їхніх попередників - чумаків створювали оповіді та вірші. Чумацький епос стоїть обік козацького, як мистецький вираз національного обличчя України. Недарма «Чумацьким шляхом» в Україні називають скупчення галактик у Всесвіті, що російською чомусь зветься «Млечный путь» (це дослівний переклад з англ. - «The Milky Way»). Чумацький торговельно-перевізний промисел на території України виник у 2-й половині XVI ст. Люди потребували солі і чумаки взялися забезпечити цю потребу, незважаючи на усі небезпеки та труднощі подібного «бізнесу». Протягом трьох сторічь чумаки постачали в Україну сіль та рибу, а також інші дрібнороздрібні товари - зерно, картоплю, овочі, заморські фрукти тощо. Ця діяльність чумаків продовжувалась аж до появи залізниць, тобто до половини XIX ст. У ті далекі часи сіль привозили з чорноморського узбережжя, з Криму чи Галичини. Це був дуже обширний промисел, адже крім значної за обсягом торгівлі з турками, поляками, сербами, кримськими татарами чумаки вели торгівлю і всередині Запорізької Січі, предметами якої були єпанчі, сідла, стремена, шаблі тощо. Прабатьківщиною чумацтва була середня Наддніпрянщина і зокрема Запорізька Січ, через яку проходив головний чумацький (Соляний) шлях. Тому чумаки спочатку називалися солониками. Термін «чумак» у письмових джерелах вперше з’явився у 1637 р. Походження самого слова має декілька версій. Початкова назва цього фаху була «люди», потім «солоники», адже сіль була головним товаром, який перевозили з Криму в Україну. Кримські татари називали таких людей чумаками, тобто перевізниками. Це є перша версія походження терміну. Другу пов’язують з словом «чума», оскільки, оберігаючи себе від хвороби, торговці намащували свій одяг дегтем, тому цей одяг переважно був чорного кольору. Нарешті, третя версія пов’язана з словом «чум» - так називався ковш для пиття води під час переїздів. Діяльність чумаків була важливим елементом господарського життя Запоріжжя та усієї України,

зародком національного українського купецтва та підприємництва, які засновувалися на артільному підході. Традиційно у похід за сіллю вирушали мешканці декількох сіл, основний склад яких становили люди, що вже мали досвід подібних поїздок. Ці фахівці своєї справи визначали кількість учасників, необхідне число возів та волів, як основної тяглової сили. Вони ж окреслювали, що і скільки треба брати з собою у дорогу - які продукти, товари. Адже подорожі чумаків були пов'язані з значним ризиком, оскільки часто вони ставали об'єктом нападу як з боку татарів, так і місцевих розбійників (гайдамаків). Через цю причину чумаків зазвичай супроводжували охоронці, що наймалися за особливу плату («ралець»). У випадку нападу грабіжників чумаки з метою захисту споруджували з возів укріплений табір. Кожна «валка» (такою була назва чумацької експедиції) мала виборного отамана з досвідчених чумаків. Він визначав маршрут «валки», призначав денних та нічних сторожів худоби, встановлював час руху та відпочинку, врегульовував розлади та суперечки. У нього був заступник - осавул, що відповідав за постачання та оборону. Валка, що значить обоз, була одиницею військового типу, складалася зі 100300 возів. Кожен член валки («добрий чумак») мав рушницю, спис і запас пороху та куль. Окрім отамана та осавула кожна валка обов'язково мала у «штаті» кухаря-кашевара, який, за козацьким звичаєм, повинен був бути товстим та лисим (щоб жодна волосина не потрапила до страви), а на його возі знаходилися символи його посади - залізний триніг і казан. Головною стравою у чумаків був куліш, який у Запорізькій Січі вважався основною походною стравою. Предечею куліша була угорська каша з пшона (угорською пшоно - «кьолеш» (koeles), основними компонентами класичного кулішу є пшоняна крупа і сало. Решта - що знайдеться. Всі походні страви створені за принципом - нагодувати якомога більше людей, бажано швидко. Солоне свиняче сало, цибуля і пшоно справляються з цим чудово. Запасом таких продуктів, вміщених на одному чумацькому возі, можна було годувати цілий курінь три тижні. Куліш - не каша і не суп, а щось середнє, іноді його називали «чумацькою розмазнею». У багатьох рецептах кулішу зустрічається картопля і м'ясо - це помилка, оскільки картопля в Україні з'явилась пізніше. Так само нечасто чумаків та козаків балували м'ясом, оскільки вважалося, що ситий воїн - поганий

боєць. Ось горох іноді додавали для загустіння. Козаки в пониззі Дніпра часто використовували для приготування куліша прикореневі частини водних рослин, наприклад, рогіз. Вони соковиті, м'які, з високим вмістом крохмалів, цукрів, глікозидів та є одночасно замінником моркви і картоплі. Куліш готували переважно з пшона, траплялося, що подекуди варили і гречаний (деякі райони Чернігівщини, Полтавщини), кукурудзяний (південне Поділля). Іноді на правобережному Поліссі пшоняний куліш варили на молоці (молочний куліш), сироватці (сироватковий куліш) і на маслянці. Здається на перший погляд, що куліш справа невигадлива і тому не може бути смачним. Але ви навіть не уявляєте, як це смачно!

8.2. Чумацький транспорт: рушійна сила та вози

Особлива увага в чумацькій справі приділялася транспорту, який у чумаків включав вози та рушійну силу - волів. Чумацький віз називався «мажа» та виготовлювався з дерева з мінімальним застосуванням металу. Готовий віз можна було купити, а можна було зробити на замовлення. Але особливою честю для чумака вважалося виготовити свій віз самому. Робили вони це, використовуючи деревину ясеня, дубу, грабу та сосни, - для кожної деталі застосовувалася окрема порода дерева. Вози могли бути трьох різних розмірів: у найбільший завантажували 1920 кг вантажу, у найменший - 960 кг. Запрягали до воза звичайно пару волів і такий віз міг подолати сотні верст з вантажем до 100 пудів солі чи інших товарів. Особливою, а можливо найпершою турботою чумака були воли, адже від них залежав успіх «валки». Купляли волів в кінці зими, щоб ранньою весною вже можна було вирушати в дорогу. Чумаки особливо цінували кремезних, могутніх волів, адже з їх допомогою не тільки перевозили тони товарів, але й орали. Доглядали чумаки за волами, як за малими дітьми, - і мили, і соломою терли, щоб шерсть була кучерява. Роги бикам для блиску чистили склом, а ті з чумаків, хто міг собі дозволити, навіть золотили їх. На шию волам вішали дерев'яні дзвоники - «калатайла». Пара волів коштувала 50-250 крб. сріблом. Зазвичай, один віл служив біля п'яти років, а потім його міняли на молодого. Рухалися воли повільно і ця швидкість не змінювалась упродовж століть, оскільки для чумаків важливішою була витривалість волів, ніж їхня швидкість. Можливо, для багатьох

буде новиною, що воли - це кастровані бики. Тих, які хазяї готувати суто на м'ясо, робили «євнухами» у віці двох-п’яти місяців, а тих, хто мав стати «робочою конячкою», позбавляли чоловічої сили у вісім-дванадцять місяців. Відтак вся міць цих тварин переходила у м’язи: на відміну від коня, віл може терпляче працювати півдоби. Завдяки своїй працьовитості та спокійному характеру воли увійшли у світову історію і літературу. Так, у Біблії згадується як віл голодним стояв біля ясел із сіном, на якому лежав маленький Ісус, не наважившись скубнути бодай травинку, до того ж зігрівав Божого сина своїм диханням. Один із найвідоміших творів української класики - роман Панаса Мирного «Хіба ревуть воли, як ясла повні?». Також створено багато «козацьких» мультиків, обов’язковим героєм яких є віл, а у багатьох приказках згадується ця «сакральна» для українців тварина. Шкода, що «наживо» волів можна побачити тепер хіба що на Закарпатті, в Асканії Новій, на Сорочинському ярмарку. Так, бувший голова Закарпатської облдержадміністрації Г.Москаль, інспектуючи регіон, в одному з гірських сіл на Рахівщині надибав двох волів - «реліктів» чи не останніх в області, про що повідомив у Фейсбуці. Як і їхні предки, якими чумаки возили сіль з Криму, нащадки справно несуть свою службу.

Свій перший щорічний виїзд чумацькі артілі здійснювали після Миколина дня (9 травня), коли на полях з’являлася перша трава. До їхнього прибуття сіль уже заготовлювали на кримських солених озерах так звані ломщики. Однак у холодні роки, коли сильні вітри перешкоджали видобутку солі, чумакам доводилося чекати на березі від одного до трьох тижнів. Нарешті, навантаживши фури сіллю, чумаки вирушали у зворотній шлях. У перший день перехід тривав до початку спеки, тоді візники розпрягали волів, кормили їх та надавали їм відпочинок. Як тільки спека спадала, чумаки їхали далі до темноти. Ставши на нічліг, чумаки розпалювали велике вогнище та готували вже знайомий нам куліш. У дорогу вони брали з собою обмежений набір продуктів: сухарі, пшоно, сало, бочку для води та баклагу з горілкою. На додаток до цього обов’язково брали півня, щоб щоранку будив чумаків-мандрівників. Влада підтримувала чумаків, так у Катеринославі у 1788 р. князь Потьомкін організував «обоз», що включав біля 3 тисяч чотириволових підвід, понад тисячу волів та 1,5 тисячі візників - для забезпечення 100-тисячного війська, яке тримало в

облозі Очаків. У цьому обозі брали участь в основному мешканці Єлісаветградщини (нині Кіровоград), оскільки саме там знаходилися найбільші центри українського чумацтва: Єлісаветград, Олександрія, Бобринець, Ольвіопіль, Голта. У Криму чумакам доводилося відчувати брак питної води, тому в посушливі періоди вони брали з собою в дорогу на 4-5 фур під сіль одну підводу з великою бочкою питної води.

Устрій цього мандрівного українського купецтва був освячений і усталений упродовж майже двох тисячоліть, тобто чумацтво як суспільно-економічне явище бере початок з дуже віддалених часів української історії. Це були традиційні купецькі форми діяльності з давніх часів, що співпрацювали з Київською державою, але були старіші від цієї держави. Це до мандрівних купців і вояків одночасно звертався у 1170 р. великий князь Київський Мстислав Ізяслович із закликом боронити дороги від Києва до моря, бо «вже в нас і Грецьку путь відбирають, і Соляну, і Залозну». Відомо, що у 1352 р. українці привозили до Теодозії куниці, соболі і інші хутра в критих возах, запряжених волами. То були знані аж до половини XIX ст. чумацькі мажі. Також перші згадки про козаків (грамота міщан Києва з 1499 р.) - це передусім згадки про купців рибою, про чумаків, а пізніше - вже про тих самих людей, як про військових. Після знищення Січі далеко не всі запорожці переселилися на Кубань чи за Дунай - значна частина їх залишилась у межах сучасної південної України та значною мірою зайнялася чумацтвом. Чумаки були прив’язані до свого устрою, мали освячені віками звичаї майже для кожного свого «посуву»: чумак повинен був виїздити з дому «по закону», їхати дорогою «по закону», навіть зупинятися в дорозі, щоб пасти волів, теж «по закону». Чумаки суворо доглядали за дотриманням своїх «законів», артіль завжди була незадоволена, коли хтось «ламав» чумацький звичай. Чесне слово, раз зложена обіцянка, предківські обичаї, поважання старовини - були у чумаків позитивним «законом», з якого логічно випливали усі формальні людські взаємовідносини. Повне тривог, напівосіле - напівмандрівне буття накладало відбиток і на сувору зовнішність чумака: «Чумак - переважно неговіркий, замкнений, дивиться на життя з певним презирством; у його поведінці повно самоповаги; у ньому завжди є іронія і він готовий розважити товариство жартом, не втрачаючи власної гідності; лице його горде і веселе або задумане».

Чумаки були прикладом взаємовиручки та товариських відносин, так чумацькі артілі мали спільну касу аж до кінця подорожі і всі прибутки і втрати ділилися порівну, а якщо у когось з чумаків хворів та помирав віл, то на артільні кошти купувався інший. Подібну поведінку чумаки виявляли у моменти небезпеки: вони стояли один за одного горою, демонструючи найкращі якості чумацького характеру. Чумацька дружність була потрібна і у важких дорожніх умовах, і в сутичках зі своїми розбійниками та чужинцями, оскільки лише на території Запорозької держави чумацькі магістралі були під охороною запорозьких бекетів. Недивно, що похорони загиблого в сутичках чумака відбувалися часто з військовими почестями та музикою. Загалом вивезти сіль було можливе протягом 130-150 днів у році - з травня до жовтня. За ці кількамісячні подорожі чумаки набували доброго фізичного гарту, здатності витримувати будь-які труднощі. Потужне економічне значення мали не тільки чумацькі артілі - ватаги, але й окремі чумаки, які в селах зазвичай були кредиторами грішми, збіжжям та продуктами («до нового хліба»). Важливу роль у чумацькому житті відігравали шинки, де вони дізнавались про останні новини, а також отримували інформацію про ярмарки. У шинках можна було почути розповіді чумаків про нечувані заробітки у Бесарабії, про подорожі «у Крим за сіллю», «на Дон по рибу» та багато інших історій - як корисних так і просто цікавих. При цьому для частування у шинках використовували рибу, яку привозили ті самі чумаки. У шинках чумаки могли вирішувати і фінансові питання, про що відзначалося в журналі «Киевская старина»: шинок - це негласна банкірська контора та місце всіляких операцій, де часто обговорювались громадські та судові справи, заключалися усні угоди, відбувалися сільські збори чи звичайне спілкування між односельцями. Отже, чумак виступав важливою фігурою у цих подіях.

Чумацтво мало не тільки історичне та економічне значення, але й соціально-виховне, оскільки послужило ґрунтом до розвитку селянської співпраці, а відтак - розвитку української споживчої, кредитної та інших видів кооперації. Так само, як колись українське чумацтво допомогло визвольній боротьбі України в XVII ст., українська кооперація допомогла українській революції 1917-1920 рр. Саме з середовища чумаків вийшли значні

українські промисловці, підприємці та меценати кінця XIX - початку XX ст., такі як Терещенки, Харитоненки, Ханенки, Симиренки та ін. Це були найкращі представники нації, що залишили великий слід в історії України, в розвитку та географії її господарства, в архітектурі та культурі Києва та інших міст та містечок України.

8.3. Географія українського чумацтва

Географія чумацьких шляхів почала формуватися ще за часів Київської Русі, яка вела жваву торгівлю з Близьким Сходом, прокладала шляхи «у варяги та греки», далі в Азію і в ході цього процесу створила особливий «клас» воїнів-торговців, тобто чумаків, які пізніше користувалися прихильністю і королів Польщі та Литви. Географічною передумовою діяльності чумаків як воїнів-торгівців, пізніше - торговців-посередників між виробниками та споживачами, а на заключній фазі існування чумацького промислу - перевізників-фурщиків, було те, що сіль, як харчовий продукт, а також усі ринки, де здійснювався обмін та продаж таких предметів споживання, як сіль, риба, східні тканини, екзотичні олії тощо, перебували за кордонами Русі (а пізніше - України) і до них необхідно було діставатися і човнами (тобто водними шляхами), і возами (суходольними шляхами). Наприклад, сіль постачалася з тодішніх Галичини і Прикарпатської Русі (Закарпаття), а також з Дніпровського лиману, Кінбурнської коси, а згодом - і з Криму. Так, Рубрувікс (Вільгельм де Рубрук - чернець- мінорит, який за дорученням французького короля Людовика IX у 1253-1255 рр. здійснив подорож у Золоту Орду через Судак, Дон та Волгу) відмічав, що «Русичі приїздили в Судак у критих возах, запряжених волами. Привозили вони куниць, соболів тощо, вимінюючи їх на різні тканини, пряноші, овочі, вино і сіль...». Географія чумацьких маршрутів у давнину сягала далі, ніж в останніх століттях існування чумацтва. М.Грушевський згадує на підставі арабських джерел про купецькі валки Києва, що їздили у X ст. до Андалусії (Іспанія), Риму і Царгороду (Константинополю). Відома грамота смоленського князя Мстислава (з початку XIII ст.), де він обговорює умови торгівлі в Ризі, Любеці і взагалі на «готському березі». Зрозуміло, що три головні магістралі великокняжого Києва, а саме Варязько-Грецький, Залозний, Солоний шляхи, служили у значній мірі мандрівному купецтву. У XVI-XVII ст. найбільш відомими були такі дві важливі чумацькі

магістралі, як Шпаковий та Муравський шляхи. Шпаковий шлях (від імені чумацького отамана Шпака, котрий тільки йому відомими стежками умів безпечно проводити чумацькі валки) починався з Волині і йшов на м. Умань і на р.Синюху до Дніпра. Правдоподібно, це була частина колишнього Залозного шляху. Муравський шлях (давніше Солоний) починався на Лівобережжі та верхів'ями річок Ворскли, Самари через запорізькі паланки доходив до р. Кінські Води. Заплативши запорожцям «мостове» мито, а також мито від кожного возу, йшли чумацькі валки вже без охорони до Перекопської башти. Там чумаки платили мито Кримській орді (ханству) і йшли або до солоних озер Криму, або до південного узбережжя Криму, де були великі міста-ринки Оттоманської імперії, виділені з-під влади слабких кримських ханів. Такі міста, як Кафа (Феодосія) були форпостами торгівельних артерій Малої Азії під владою турецького півмісяця. Крім цих добре відомих шляхів чумаки доходили: на захід - до міст Польщі та Східної Прусії, а на схід - далеко за Волгу. Недарма в чумацькому епосі згадується і Крим, і Астрахань, і Варшава.

З другої половини XVII ст. древній Муравський шлях отримав назву Чумацького (або Великого, Битого), оскільки саме по ньому запорізькими шляхами котилися тисячі чумацьких возів-мажар, попереду яких поважно йшла пара великих волів, роги яких за звичаєм були позолочені та прикрашені кольоровими стрічками. Також цими шляхом йшли заробітчани до багатих колоністів Південної Таврії. Неподалік гирла р. Кінської біля сучасного с. Григорівка Запорізької обл. Чумацький шлях переходив через Дніпро і правим берегом вів на Перекоп. Цими численними старими шляхами йшла жвава торгівля; на перетині цих торгівельних шляхів, які брали початок в центральних областях України та йшли до Чорного й Азовського морів, у турецькі й кримські порти, виникло багато значних міст - торгівельних центрів, серед них Олександрівськ (Запоріжжя). Проходячи через Олександрівську фортецю, засновану у 1770 р., Чумацький шлях сприяв збільшенню населення цього краю, розвитку господарства і торгівлі. Сюди йшли обози з центру України, а звідси вони прямували до причорноморських міст та у Молдавію. Починаючи з 1781 р., в Олександрівську, що знаходився на перехресті важливих торгівельних шляхів, щорічно відбувалася по чотири багатоденних ярмарки. На них з Причорномор'я, Криму,

Приазов'я, Правобережної, Лівобережної та Слобідської України доставлялися різноманітні товари. Шпаковий шлях у XVII ст. отримав назву Чорного. Починався він у Очакові і вів до Варшави. Ним ясирники гнали в неволю захоплених у наскоках тисячі селян не тільки з України, а й з Польщі та Литви. З півдня цим Чорним шляхом котилося чорне горе, що спустошувало українські міста та села (рис. 1). Крім цих відомих доріг були і потаємні, що звалися «козацькими прикметами». Річ у тому, що на головних пожвавлених шляхах стояли московські сторожові пости, які виловлювали втікачів, що прямували на Січ. Тому ці люди змушені були пробиратися таємними шляхами, на яких нерідко залишали запас одягу та харчів.

З сивої давнини проходив Дніпром шлях «із варяг у греки». Які тільки купці не побували тут, скільки було перевезено Славутою заморських товарів за сотні років! Приміром, біля скелі «Крісло Катерини» в Запоріжжі під п'ятиметровою товщею наносного піску археологи знайшли декілька майданчиків, на яких скіфи зустрічалися з грецькими купцями. Ці знахідки були зроблені перед початком будівництва Дніпрогесу у 30-тих рр. минулого століття відтоді стали відомими широкій громадськості.



1 – межі воєводств, 2 – Польсько-Литовський кордон до 1589 р., 3 – кордони Речі Посполитої з Туреччиною, 4 – кордони Козацької держави за Б. Хмельницького, 5 – Польсько-Турецький кордон на Поділлі й Правобережжі у 1672-99 рр. 6 – головні міста козацьких полків.

Рис. 1. Основні чумацькі шляхи в Україні

Отже, чумацькі старі шляхи нашого краю відіграли важливу роль у заселенні дикого степу, у встановленні тісних торговельних та інших зв'язків Запоріжжя з іншими частинами України, у тому числі з Кримом, з Польщею, Молдовою. Багато було подій на них, багато вони бачили на довгому віку. Неміряні, биті шляхи - дороги, що зникли у товщі століть. Але вони передали естафету сучасним асфальтовим магістралям - артеріям життя.

8.4. Спадщина українського чумацтва

Зайвим зробила чумацтво залізниця, розвитку якої воно намагалося протистояти, але марно. Чумак не міг конкурувати з дешевими та швидкими залізничними перевезеннями вантажів. Але ще задовго до появи залізниць воловий віз поступився кінному: найбільш цінні товари, що вимагали швидкої доставки, перевозилися кіньми. Швидка зміна навичок у житті сільського люду, яку викликали реформи 1860-х рр., застала чумака абсолютно не готовим до боротьби за існування. Чумак навіть не спробував перейти від волів та важкого возу до коней та легкої підводи. За нього це зробили інші, більш спритні візники, і чумак в результаті зник, вимер як «мамонт», не проіснувавши і 20 років після реформи 1861 р. Із зникненням чумацького возу зник і чумацький «фольклор»: пісні, думи, казки, прислів'я.

Уже на початку ХХ ст. залишки чумацтва у степовій Україні у вигляді возів, начиння, одягу становили етнографічну рідкість. Якби пам'ятки колишньої величі чумацтва не були дослідниками вчасно записані і видані у вигляді збірок, то вони б зникли остаточно і безслідно. Але нині інтерес до чумацької спадщини в Україні відновлюється, зокрема з боку логістики, яка вбачає у чумацьких кремезних постатях перших українських логістів - практиків.

Також чумацька спадщина може слугувати потужним ресурсом для розвитку різноманітних видів туризму (пізнавального, музейного, історико-патріотичного), музейної справи, екскурсознавства тощо. У цьому контексті цікавим для туристів і корисним для України, за нашою думкою, на додаток до експозиції про чумацтво у відділі «Україна XIV - початку ХХ ст.» Національного музею історії України в м. Києві, було б створення Музею чумацтва у Кіровограді-Чумакограді з експозиціями «Історія чумацтва в Україні», «Географія чумацтва в Україні», «Логістика чумацтва в Україні», «Транспортне забезпечення чумацтва в Україні» та іншими. А на цій основі можна запропонувати пейзажну дорогу - авторалі «Чумацько-винний шлях» від Кіровограда-Чумакограда до Херсону та Миколаєва з відвіданням туристами місцевих виноградників та «винокурень» з відповідною анімацією, дегустацією тощо.

Отже, чумацтво - унікальний та споконвічний український промисел, котрий віками формувався в Україні і являв собою своєрідну автономію з власними законами, ієрархією влади, оригінальною субкультурою зі своїми виразними етнокультурними особливостями. Значення чумацтва в історії та географії українського господарського розвитку зводиться до наступних положень:

- **у господарсько-історичному вимірі** - чумаки породили козацтво, підприємництво, сільську кооперацію в Україні; складність їхньої праці полягала в тому, що вони не просто перевозили товар на відстані тисяч кілометрів, а й захищали його від численних розбійників. Саме зі старих чумаків сформувався стрижень українського козацтва, як окремого суспільного шару, а пізніше - українського промислово-торгівельного підприємництва та меценатство (Терещенки, Харитоненки, Ханенки, Симиренки), що

заклало основи соціально-економічного та архітектурно- культурного розвитку України в кінці XIX- на початку XX ст.

- **у міжнародному вимірі** - чумаки були вправними дипломатами і укладали економічні угоди з різними державами незалежно від військово-політичної ситуації земель, на яких здійснювали свою діяльність; це дозволяло чумакам не боятися армій сусідів, між якими постійно точилися війни, а стабільно займатися своєю справою та відкривати для себе нові ринки збуту і імпорту. Так, у XVI-XVII ст. чумацтво знаходилось під захистом турків і татарського хана, з одного боку, і Запоріжжя та Польщі - з іншого; приміром, в угоді польського короля Сигизмунда Августа з кримським ханом 1540 р. сказано, що польським і литовським торговцям (чумакам) надається право вільно брати сіль в Кичибеї (Хаджибеї), Перекопі і Кафі «після сплати мита по старовині»; сіль була одним з основних джерел доходів татар, тому чумаки були їх бажаними гостями і бралися ними під захист.

- **у транспортно-географічному вимірі** - чумаки заклали основу для створення сучасної дорожньої мережі в Україні, оскільки майже всі шляхи загальноукраїнського та міжнародного значення, відомі сьогодні, були засновані саме чумаками. При цьому у безкраїх степах півдня України більшість доріг в основному з'єднувала між собою найближчі села. Чумакам було невигідно втрачати час, подорожуючи через поселення, тому вони прокладали власні маршрути, прив'язуючись, головним чином, до річок - задля орієнтації на місцевості та можливості постійного доступу до прісної води.

-

Запитання та завдання для самоконтролю:

1. Яка історія українського чумацтва?
2. Коли і чому виник чумацький торговельно-перевізний промисел в Україні?
3. Яка була географія та товарний асортимент чумацької торгівлі?
4. Як називався чумацький віз і як він виготовлявся?
5. Що було рушійною силою чумацького транспорту?
6. Які особливості харчування чумаків?
7. Які давні суходільні шляхи в Україні використовували чумаки?
8. Як чумаки здійснювали міжнародну торгівлю?
9. Яка спадщина чумацтва в українській логістиці?
10. Яка спадщина чумацтва в українському туризмі?

Розділ 9. НАЦІОНАЛЬНИЙ ІСТОРИКО-АРХІТЕКТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК «КАМ'ЯНЕЦЬ», ЯК ТУРИСТИЧНЕ ДИВО УКРАЇНИ: ЛОГІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

9.1. Кам'янець-Подільський – центр Поділля

При характеристиці туристичних чудес України звичайно недостатньо уваги приділяється транспортно-логістичним аспектам їхнього розвитку та функціонування. Це особливо відноситься до одного з найбільш цікавих, на наш погляд, туристичних чудес України – Національного історико-архітектурного заповідника (НІАЗ) «Кам'янець», де майже вся увага концентрується на Кам'янецькому замку. Між тим, замок – лише один з складових елементів складної системи комплексу середньовічних оборонних споруд міста, метою яких був захист найбільшого адміністративного, релігійного, господарського, торговельно-складського та транспортного центру Поділля протягом XV-XVII ст. від нападників, передусім турецько-татарських військ.

Про заповідник «Кам'янець» з його унікальним комплексом величних та грізних споруд середньовічного європейського міста-фортеці з XV-XVIII ст. написано чимало в українських та закордонних (особливо польських, вірменських та турецьких) джерелах. Це пов'язане, зокрема, з включенням Кам'янця-Подільського до списку «Семи чудес України», складеного в 2007 р.. Однак при цьому недостатньо уваги приділено транспортним, торговельно-складським та митним функціям цього на ті часи найбільшого оборонного, міського, господарського та сакрального осередку Поділля. В сучасній термінології транспортні, торговельно-складські та митні функції об'єднуються поняттям «логістичні функції» (або логістичний аспект). Між іншим, саме вигідному транспортно-географічному (або геологістичному) розташуванні на перетині суходільних та водних (рр. Дністер та Смотрич) шляхів у Південно-Східній Європі завдячує м.Кам'янець-Подільський своєму виникненню та наступному швидкому розвиткові та розбудові. Недарма на старовинних картах-портоланах англійського, італійського та турецького походження (XV-XVII ст.), де були зображені береги Середземного та Чорного морів, назва Podolia (Поділля, Пониззя) регулярно виступає нарівні з, приміром, Romania (Румунія), Natolia (Анатолія) чи Egiptus (Єгипет).

Початки створення на місці сучасного Кам’янця стародавнього міського осередка сягають, за деякими даними, ще часів Давнього Риму. Недарма на карті давньогрецького географа Птоломея в районі сучасного Поділля було позначене давньоримське місто Клепідава, яке знаходилося на острові серед лісів, боліт і мочарів. Його мешканці ніби то грабували торгові каравани, що з незапам’ятних часів проходили краєм. Тому назвали місто Клепідава, що означає «місто злодіїв». Можлива й інша розшифровка цієї назви: до Клепідави відправляли на заслання злочинців та вільнодумців з Риму.

Кам’янець ще раз з’являється у давньоримських джерелах, вже як Петридава (Подільська «Петра»?) – «місто-камень на воді», на цей раз з точною вказівкою не тільки місце знаходження міста, але й часу заснування – 100 рік н.е. Саме тоді на початку II ст. імператор Марк Траян захопив Гето-Дакію (територію сучасної Румунії), отримавши контроль і над Подністров’ям. Римські легіони розташувалися біля Кам’янця, а на острові розміщувалася канаба – поселення, де мешкали родини воїнів, торгівці та ремісники, що постачали легіонерам необхідні товари. Місто так багато важило для Римської Імперії, що з материка на острів був перекинутий міст, верхня частина якого складалася з дерев’яних аркових форм, а на мисі було зведено замок. З занепадом Риму не стало і Петридави. Що ж залишилося в Кам’янці на згадку про ті часи? А досить багато: по-перше, ще класична давньоримська аркова архітектура кам’яного Замкового мосту; по-друге, знайдені в околицях багаті скарби давньоримських монет; по-третє, середньовічні бруковані дороги на в’їзді до міста і в самому місті, споруджені в найкращих давньоримських традиціях наприклад, головна в’їзна дорога до міста-фортеці з боку тзв. Польських фільварків (у т.ч. пряма лінія дороги на схилі, використання броду на р. Смотрич – для його захисту та контролю була зведена спеціальна оборонна вежа – Башта на броді (її ще називають Турецька, Захаржевська); по-четверте, традиція мостити подвір’я міських кам’яниць кам’яними плитами в мозаїчний спосіб (саме так мостили шляхи в Давньоримській державі, залишки такої дороги можна подивитись нині в Криму, це стокілометрова пряма траса, що пов’язувала фортецю Гаракс біля Ялти з Херсонесом).

Новітні археологічні дослідження виявили під середньовічними фортифікаціями Кам'янця культурний шар тиверського та давньоруського укріпленого городища X-XIII ст. Однак після того як Пониззя увійшло до складу Галицького князівства, центр транспортно-торгівельної активності змістився від «захованого» серед пралісів Кам'янецького граду на береги р. Дністра – стратегічної міжнародної торгової артерії Галицько-Волинського князівства. Можна сказати, що для галичан та подолян шлях Дністром (відомий як Галицький шлях) був тим, чим дніпровський торговий шлях «із варяг у греки» був для Київського, Чернігівського та Переяславського князівств. Тому найбільшим транспортно-торгівельним центром та «столицею» давньоруського Пониззя-Поділля став портово-перевалочний град Бакота на Дністрі (нині, на жаль, затоплений водами дністровського водосховища, зберігся лише Бакотський печерний монастир).

Давньоруські гради Поділля не оминули руйнації внаслідок монголо-татарської навали 1241 р. Очевидно, дерев'яні укріплення Кам'янця були розібрані воєводами Данила Галицького в 1259 р. на вимогу золотоординського полководця Бурундая. Відтак, Поділля майже на сто років потрапило під владу татарських баскаків Золотої Орди. І тільки після того, як у 1362 р. в битві під Синіми Водами Великий князь литовський Ольгерд здобув перемогу над доти непереможними монголо-татарами, Поділля відходить під захист Литовської держави.

Як відомо, літопис приписує будівництво кам'яної фортеці в Кам'янці литовським князям-братам Коріатовичам (небожам Великого князя Ольгерда), які після перемоги під Синіми водами успадкували Поділля. Згідно легенди литовський князь на ловах погнався за оленем, загнав його на острів, зусебіч оточений проваллям, і тут вирішив закласти фортецю. Однак, давньоруська фортеця і багатолюдний посад при ній на час приходу Коріатовичів мусили вже існувати, або вже за декілька років після документальної згадки про будову князьми Коріатовичами нової фортеці (у 1374 р.), місту Кам'янцю було надане магдебурське право. Очевидно, упродовж 1360-1370-х рр. Коріатовичі лише позміцнювали низку давньоруських фортець Поділля, і серед них – Кам'янця. В 1434 р. Поділля було загарбане Польським королівством і Кам'янець до 1793 р. перебував центром воєводства і

ключовим пунктом оборони Речі Посполитої на її неспокійних південно-східних кордонах. Усвідомлюючи значення Кам'янецької твердині на східних обводах західноєвропейської цивілізації, Папа Римський Юлій II називав це місто-фортецю «antemurale hristianum» (оплот християнства). Історики підрахували, що Поділля й Кам'янець у XV ст. 28 разів піддавалися нападу турецьких і татарських військ, у XVI ст. – 18 разів, у перший половині XVII ст. – 5 разів.

Але одночасно це був «золотий вік» Кам'янця-Подільського, який не тільки хоробро боронився від ворогів (за довгу середньовічну історію міста тільки тричі супротивникові вдалося його захопити: у 1393 р. – литовському князю Вітовту, який відібрав Кам'янець у Коріатовичів; у 1430 р. – полякам братам Бучацьким; у 1672 р. – туркам на чолі з султаном Мехмедом IV; значно довшим є список тих, хто так і не зміг оволодіти містом – табл. 6.1), але й зростав як європейське місто, що змагалося в красі з Києвом та Львовом, займаючи чільне місце в східній торгівлі. В Стамбулі, Карсі, Криму кам'янецькі купці-вірмени закупляли килими, оксамит, шовк, зброю, вина, дорогі пахощі, прянощі – все те, що складало комфорт тодішнього побуту.

Таблиця 9.1. Спроби воєнного захоплення м. Кам'янця-Подільського за часів Середньовіччя

№	Рік	Очільники	Країна
Вдалі			
1	1393	Великий князь Вітовт	Литва
2	1430	Брати Бучацькі	Польща
3	1672	Султан Мехмед IV	Туреччина
Невдалі			
1	1448	Татарські хани	Кримське ханство
2	1451	Татарські хани	Кримське ханство
3	1509	Татарські хани	Кримське ханство
4	1528	Татарські хани	Кримське ханство
5	Початок XVI ст.	Господар Богдан син Стефана	Молдова
6	1621	Султан Омсан	Туреччина
7	1633	Паша (генерал) Мехмед Абаза	Туреччина
8	1648	Максим Кривоніс	Україна
9	1651	Іван Богун	Україна
10	1652	Тиміш Хмельницький	Україна
11	1653	Богдан Хмельницький	Україна

12	1654	Татарські хани	Кримське ханство
13	1655	Богдан Хмельницький і Василь Бутурлін	Україна, Московська держава
14	1733	Немає даних	Туреччина

9.2. Кам’янець-Подільський, як центр ремесла та міжнародної торгівлі

Товари переправлялися транзитом через Молдову до Хотина, а далі – на галерах річками Дністер та Смотрич безпосередньо доставлявся у Кам’янець-Подільський. Остання річка на ті часи була значно повноводнішою ніж нині, та була судноплавною (зокрема, в межах Кам’янця – на ділянці між Руською брамою і водоспадом на північному сході). Отже, Кам’янець тоді був значним річковим портом, мав пристань, на якій галери прив’язували до кнехтів – кам’яних стовпів у вигляді грибу (саме такий «гриб» було знайдено на березі р. Смотрич в Кам’янці в 1960-х рр.) і розвантажували. Підводи з товарами заїжджали до широкого тунелю (галереї), що простягався вздовж східного боку Старого міста. В середині ХХ ст. під час будівельних робіт у місті були знайдені рештки цієї галереї, зі слів старожилів вона нагадувала станцію київського метро. Звідти коридорами товари розвозилися до льохів-сховищ, власниками яких були кам’янецькі купці. Підземний Кам’янець не поступався розмірами надземному, тільки був більш утаємниченим. У дво, триповерхових сховищах зберігалися предмети східної розкоші, вино, паливо, зброя. Тут навіть були свої крамниці - «темні склепи» (sklep польською – магазин, крамниця, а magazyn – склад). Входи до підземного міста захищала сторожа. Пізніше ця підземна галерея була засипана землею та сміттям, нині про неї немає й згадки. Однак у місті її досі живуть легенди про численні скарби, що надійно приховані під ним (які в Петрі, що в Йорданії). Скарби іноді «показуються» людям, особливо після дощу або весняного танення снігів. Ось чому туристам радять пильно дивитися під ноги, коли вони блукатимуть Кам’янцем, і не лише в Старому місті. Понад 350 років (з 1434 до 1793, коли Поділля в результаті Другого поділу Польщі відійшло до Росії) Кам’янець успішно функціонував не тільки як найважливіший та найпотужніший оборонний осередок на південно-східному кордоні Речі Посполитої (про що досить детально викладене в літературі), але й як адміністративний центр Подільського воєводства та найбільший

господарський торговельно-складський, транспортний та митний осередок краю (про що в літературних джерелах згадується значно рідше). Відповідно, місто не тільки імпортувало значні обсяги різноманітних товарів (про що було вище), але й виробляло та «експортувало» (тобто відправляло на вивіз). Про високий рівень розвитку різноманітних ремесел в середньовічному Кам'янці свідчать хоча б назви вулиць Ремісничa, Ковальська (де жили не тільки ковалі, але й склодуви, гончарі-кахельники), оборонних башт (Гончарна, Кравецька, Різницька – їх збудували та підтримували в належному стані за кошти цих кам'янецьких ремісничих цехів) та бастіонів (М'ясний) тощо. Що стосується торговельно-складського сектору господарства середньовічного Кам'янця, то він повністю контролювався вірменами. Хоча нині поляків часто називають торгівельною нацією, у XV-XVIII ст. польська шляхта гребувала займатися торгівлею (її справою було добре володіти шаблею та мушкетом), тому торгівельну діяльність в Кам'янці, Львові (тобто вздовж Галицького шляху) здійснювали вірмени. Вони були християнами, а в XVII ст. навіть увійшли до унії з Римсько-католицькою церквою, тому вірменам дозволялося жити і торгувати в Кам'янці (а, наприклад, українцям православної віри це заборонялося з 1699 р.). Недарма у Львові та Кам'янці і нині існують вулиці під назвою «Вірменська», вірменські церкви (в Кам'янці – дві, а також монастир) та хачкари (зображення хреста на гладкому чи різьбленому камені, на якому вміщували також імена архітекторів, камнерізів або фундаторів храму). Вірмени контролювали, зокрема, східну торгівлю, тобто з турецькими купцями. Для цього їм не завжди треба було їхати до Стамбулу, оскільки турецькі володіння починалися поруч – у Хотині. Поговорюють, що з Кам'янця в Хотин (під Дністром) був прокладений підземний хід завдовжки 20 км, яким користувалися контрабандисти, таємні агенти і військові. Кам'янецька частина цієї підземної комунікації розпочиналася з галереї перед замком. Хоча з боку Хотина підземний хід був добре замаскований, турки його все ж виявили та підірвали в ділянці Дністра, в результаті чого багато людей захлиснулися у воді.

Для молдовського князівства, яке знаходилося у васальній залежності від Туреччини, митні збори від торгівлі з Поділлям мали велике значення, про що свідчить будинок

середньовічної митниці, що зберігся донині в Хотинському замку. Річ Посполита теж мала розвинуту та складну митну систему, яка на її кордонах, зокрема в Кам'янці, була представлена митними коморами (митницями) та митниками – целовальниками (від польського clo – мито). Основні обсяги «східної» торгівлі здійснювалася вірменськими купцями через південну – Руську в'їзну браму, де і здійснювався митний догляд. Далі товари доставлялися або водним шляхом річкою Смотрич, або суходільним – стрімкою Вірменською вулицею прямісінько на Вірменський ринок, де відбувалася торгівля і знаходилися спеціальні складські приміщення (ці чотири будинки існують і нині під назвою «Вірменські склади», їх споруджували як житлові, а в якості складів використовували підвальні приміщення). Вірменський ринок, як зазначив відомий дослідник Кам'янця О.Прусевич, в давні часи був вогнищем східної торгівлі, сюди прибували каравани верблюдів зі східними товарами, по які приїжджали купці з півночі та заходу. Біля Вірменського ринку сформувався Вірменський квартал міста з своєю ратушею, церквами монастирем, та шпиталем (вірмени складали до 30 % населення середньовічного Кам'янця). Про суворий митний контроль торгівельної діяльності кам'янецьких вірмен з боку міської влади Кам'янця свідчить розпорядження короля Сигизмунда III про запровадження додаткового податку на утримання вірменського шпиталю. Так, вірменські купці за кожен виїзд і повернення з Туреччини повинні були сплачувати три польських гроша від кожного коня; вірмени-різники за кожну голову великої рогатої худоби сплачували по два гроша, а дрібної – по грошу; з кожної хури дров, провезених через Руську браму, одне поліно віддавали для шпиталю.

9.3. Кам'янець-Подільський – осередок середньовічних оборонно-гідротехнічних споруд та середньовічної «логістики» в Україні

В кінці XVI ст. Кам'янець став закритим містом, за мури якого не допускалися ані торгові каравани, ані подорожні. Пов'язане це було із зведенням Руської і Польської брам – оборонно-гідротехнічних систем, у спорудженні яких запроваджувалися найновіші технології того часу. Тому змінилася і «логістика» східної торгівлі: для купців-іноземців на правому березі р. Смотрич збудували караван-сарай (комори для зберігання товарів) з

досконалою на той час інфраструктурою: колодязем, стайнею та голубиною поштою. Незабаром тут виникло поселення, де мешкали ремісники і обслуга. Нині про це нагадує сучасна назва цієї місцевості – Карвасари (спотворене караван-сарай). Якщо вірменські купці контролювали гуртову та зовнішню торгівлю (що здійснювалася на Вірменському ринку), то роздрібний продаж різноманітного краму відбувався ще на двох ринках міста – Польському та Руському. Як для обмежених розмірів середньовічного Кам'янця, який декілька сторічь повністю вміщувався на острові площею всього 120 га (нині – Старе місто), то це свідчить про значну роль торгівлі в господарському розвитку міста та високий рівень заможності (купівельної спроможності) його мешканців на ті часи. Очевидно митний пост (сучасною термінологією) існував і при Польській брамі, звідки здійснювався північно-східний напрямок кам'янецької зовнішньої торгівлі, але за обсягами він значно поступався південно-західному (через Руську браму). Щоправда, пізніше з зміною влади в Кам'янці (тобто після його переходу з 1793 р. під владу Російської імперії), напрямки товаропотоків зміняться на протилежні, про що свідчать «заняття» ковалями башт (чи скоріше вже руїн) Польської брами. Башти стали зватися Ковальськими, тут ковалі зустрічали втомлених далекою подорожжю подорожніх, запрошували їх підкувати коней, налагодити вози, продавали власноруч виготовлені цвяхи, петлі, ободи.

Щодо південно-західного вектору ділової активності Кам'янця (раніше – торгівля «східними» товарами), то в нових часах він набув нового змісту, пов'язаного не стільки з торгівлею (хоча в XIX ст., приміром, експорт продукції Немирівського спиртзаводу здійснювався через Одесу (морем) та Кам'янець-Подільський (суходолом), скільки із поштовим зв'язком. Так, у XIX ст. місто стало міжнародним поштовим транзитним пунктом, через який пошта йшла в Австро-Угорщину, Італію, Румунію, Сербію ті інші країни Європи. Це відбилося у назвах аж двох вулиць міста – Старопоштовий та Поштовий узвози. На останньому було збудовано в 1853 р. капітальний чотирьохповерховий (якщо дивитись з боку Новопланівського мосту) будинок губернської пошти, який зберігся і донині.

Може виникнути питання, чи використовувався для торгівельних перевезень Замковий міст, через який проходить західний напрямок сполучень Кам'янця (на Львів, Краків Варшаву). Отож Замковий міст, та відповідна дорога біля замку, що з'єднувала місто-фортецю Кам'янець та його передмістя Підзамче, за середньовіччя мали виключно державно-військове значення, тому були дуже вузькими (зокрема на мосту подорожній не зміг би розминутися з возом) та мали чотири контрольних брами – Підзамецьку, Пильну (або Станіслава Августа), браму на початку Замкового мосту і Міську. Пов'язане це було з надзвичайно важливим військовим значенням Кам'янецької фортеці у Середньовіччі, тому цивільним особам в'їзд чи вхід з боку Підзамча було суворо заборонено, карали смертю навіть за перебування під стінами замку чи на валах. Але часи змінилися і в 1876 р. для зручності проїзду всі брами – повністю або частково-розібрали. Воєнно-логістичне призначення мала за Середньовіччя вул.Успенська, яка була найзручнішим та найкоротшим шляхом для руху військ із фортечних кошар Станіслава Августа (ще одна пам'ятка XVIII ст.) до самого замку. Взагалі можна сказати, що місто-фортеця Кам'янець уособлював місце зустрічі західноєвропейської воєнної логістики (засади якої вже були добре відомі та широко використовувалися арміями європейських держав, у т.ч. Речі Посполитої, яка в XVI-XVII ст. мала одну з найпотужніших армій у Європі) та азійської воєнної «логістики». Останню уособлювали татарські орди ще з часів Чінгісхана. Як зазначають Д. Шехтер та Г. Сандер, на перший погляд може здатися, що Чінгісхан жодного відношення до логістики немав. В дійсності - якраз навпаки: якщо поглянути на Чінгісхана безпристрасним оком історика, то виявиться, що він був не тільки видатним тактиком, який завбачливо поділяв свою кінноту на загони, щоб одночасно нападати на супротивника з усіх боків, але й ще вельми талановитим та винахідливим логістом. Прагматичний воєначальник Чінгісхан привчив своїх воїнів не тільки пересуватися в бою малими групами, але й задовольнятися малим. Татаро-монгольська кіннота відправлялася в похід з трьома конями, з яких один був верховим, друга (кобила) давала молоко, а третій являв собою живу «консерву» на випадок скрутних часів. Окрім міркувань військового постачання гул від руху тисяч коней татарського війська здійснював психологічний вплив

– наводив жах на мирних мешканців ще задовго до появи війська. Вони на землях України, як і Чінгісхан, слідували жорстокій, але такій, що відповідала їхній меті, стратегії, та знищували все боєздатне, до того ж молоде мирне населення (тобто знищували бойову силу супротивника в зародку). Чим менше в супротивника людей, міркував Чінгісхан, тим менша в нього армія, менше ресурсів. В Україні трофеями татар ставало все, що могло пересуватися: люди, свійська худоба, окрім свиней, яких забороняв їсти іслам. Вони вбивали чоловіків; полювали на хлопчиків, забираючи їх у яничари, дівчат – у гареми, шляхту – на багатий викуп. За це їх і прозвали «людоловами». До речі, відношення до коней у запорізьких козаків було зовсім відмінне від монголо-татар, хоча кіннота теж складала основу запорізького війська: за своїх коней запорожці молилися святому Кононові, ці тварини помирали власною смертю, забити коня вважалося гріхом, традиції споживати конину не було (немає в Україні й до нині).

Коли турки з татарами захопили Кам'янець у 1672 р., за неписаними законами війни переможці три дні грабували місто. Турки вивезли з міста понад 100 возів золота-срібла, 300 хлопчиків узяли в яничари, дівчат, серед яких були молоді черниці та шляхетні панни, до гаремів. Загарбники здирали з церков хрести, з ікон – дорогоцінні оправи, самими ж іконами вимощували вулиці. З цим періодом пов'язана кам'янецька легенда про «золотий ридван»: турки вивозили з Кам'янця до Стамбулу золото й коштовності верблюдами, кіньми, віслюками, але добра не зменшувалося. Наказав тоді турецький пажа розплавити золото й вилити з нього золоту карету, по-місцевому – ридван. Карету загрузили барилами з грошима, мішечками з коштовностями, а зверху поклали скриньку з турецькими реліквіями. На Замковому мості коні злякалися і карета впала в кручу глибиною 30 м. Як турки не намагалися дістати золото – не зуміли. У 1911 р. на берег Смотрича під час повені винесло сотню золотих монет і шукачі скарбів «золотої карети» з новою силою (а цим пошукам вже пішло четверте століття) прийнялися за роботу. В кінці XX ст. до справи підключилися професіонали з екскаватором самоскидом та старовинною картою, придбаною в Туреччині за великі гроші. В результаті пошукових робіт було порушене русло річки Смотрич, ледь не потопився екскаватор, але скарб знову ж не дався в руки. А

Кам’янцем поширилися чутки, що турки обіцяють винагороду тим, хто знайде не так золоту карету, як турецькі реліквії, заховані в ній, а на додачу безкоштовно відбудують Старе місто та реставрують Замковий, колишній Турецький міст.

Розвиток транспортної інфраструктури середньовічного Кам’янця включав не тільки суходольний та водний види транспорту, але й повітряний. Пов’язане це з ім’ям «повітроплавця» Душинського. Це був механічних справ майстер, що проживав у місті в кінці XVIII ст. Він виготовляв іграшки та різні забавки, що подобалися дітям й дорослим: ляльки, що ходили по підлозі; дерев’яні пуделі, що стояли на задніх лапах; барабанщики на круглому диску, що відбивали дріб. Дорослі віддавали перевагу годинникам із зозулею або з підморгуючим арапом. Ще Душинський майстрував повітряні кулі, мріючи злетіти в небо. 1783 р. він зробив дві спроби відірватися від землі, але кулі розірвалися. Тільки на третій раз йому повезло і куля піднялася вгору. Обиватели перелякано хрестилися, а діти кричали й кидали камінням, коли куля низько пролетіла над містом і зникла за обрієм. До Кам’янця Душинський так і не повернувся… Недарма нині у місті проводиться щорічний фестиваль повітроплавання.

9.4. Мости м.Кам'янця-Подільського

Важливим та неодмінним складником транспортної інфраструктури заповідника «Кам’янця» є його чотири мости (табл. 9.2). Найстаріший з них – *Замковий* (XI, XVI, XVII-XVIII ст.), він відзначений у «Книзі рекордів» України. Міст збудовано на кам’яному гребні, що зєднував острів з мисом материка, на якому стоїть замок; міст сполучає два правих береги р. Смотрич. Під час розбудови замку під мостом у скелі був пробитий склепінчастий канал, який регулював рівень води в Смотричі під час повіней. Як зазначалося, міст був дуже вузький (під один віз), виконував виключно військові функції, тому каравани з товарами входили до Кам’янця долиною р. Смотрич через Південну (Руську) міську браму. Під час турецької окупації (1672-1699 рр.) Замковий міст було обмуровано кам’яною кладкою у кшталті суцільної стіни довжиною 88 м, висотою 24-28 м. Існує легенда, що на ньому був страчений син Богдана Хмельницького – Юрко. Саме його, незадовго до смерті, Б.Хмельницький визнав за свого наступника. Однак гетьманська

булава виявилася не під силу 16-річному Юркові. Турки двічі надавали Ю.Хмельницькому султанський фірман на звання гетьмана і «князя Сарматського» з резиденцією в м. Немирів.

Таблиця 9.2. Порівняльна логістична характеристика мостів м. Кам'янця-Подільського

№	Назва мосту	Час спорудження	Параметри			Де знаходиться
			Довжина, м	Висота, м	Пропускна спроможність	
1	Замковий (стара назва Турецький)	XI-XIV ст., відновлення XVII-XVIIIст.	88	24-28	Низька	Південний захід Старого міста
2	Старий міст біля Ковалів	1793 р.	біля 40	2-3	Низька	Північний захід Старого міста
3	Новопланівський або Новий	1864-1874 рр.	136	38	Середня	схід Старого міста
4	«Стрімка лань»	Відкриття 1973 р.	380	60	Висока	Південний схід Нового плану

1685 року за доносом гетьман - князь був заарештований турками і привезений до Кам'янця. Після короткого розслідування, яке відбувалося в Ратуші на Польському ринку, його задушили, а тіло скинули з турецького мосту. За іншими даними він був відправлений в грецький монастир на острові в Егейському морі. І сьодні на Мальті туристам показують могилу «козацького генерала» Юрія Хмельницького. Архітектор та військовий комендант Кам'янця Ян де Вітте у XVIII ст. відремонтував Замковий міст на гроші польського короля Станіслава Августа Понятовського, в пам'ять про що була встановлена дошка. В 70-х рр. XIX ст. залишки споруд на Замковому мості були розібрані та встановлені дерев'яні тротуари з перилами. Це розширювало дорогу, однак середньовічний колорит мосту був остаточно втрачений.

Старий міст біля ковалів. З внутрішнього Поділля до Кам'янця пролягав шлях, що проходив повз Польські фільварки, вбрід річкою, через Північну (Польську) вї'зну браму, а далі узвозом в Старе місто. Першими зустрічали подорожніх ковалі, котрі пристосували печери в скелях під пересувні кузні. Вони підковували коней, виготовляти кінську упряж, цвяхи. Наприкінці XVII ст. (1793 р.) правий та лівий береги Смотрича з'єднав дерев'яний

міст, який називався Новим. Після того, як ввели в дію міст через каньйон на сході (1874), назва Нового або Новопланівського перейшла до нього. В свою чергу міст біля Польської брами перейменували в «Старий міст біля Ковалів». Саме через цей міст, Старопоштовий узвіз та Вітряну браму до міста в'їжджали всі ті, хто прибував до Кам'янця з півночі та сходу (до побудови Новопланівського мосту). А серед них були: 32-річний поет і художник Тарас Шевченко – (у 1846 р.); письменники Степан Руданський (1849 р.) та Анатолій Свидницький (1851 р.) та багато інших. Щодо польських королів, то на древніх мурах Кам'янця залишили свої «автографи» (у вигляді «пам'ятних дошок») два з них. Перший – це Стефан Баторій, за часів якого у XVI ст. якого була споруджена башта Стефана Баторія, або Кушнірська), другій – це останній король Речі Посполитої Станіслав-Август Понятовський, який перебував у Кам'янці в 1781 р. З цієї оказії була зведена Тріумфальна арка на вході до Кафедрального майдану, на який повідомляється про цю подію. Нині на арці цей напис можна прочитати: HAC INTRABAT STANISLAUS AUGUSTUS REX DIE XI 9- BRIS 1781 ANNO (Тут входив король Станіслав Август 11 листопада 1781 р.). Латиною також виконана пам'ятна дошка на Вітряній брамі біля башти Стефана Баторія: A.D. 1585 PER STEPH. BATORY R.P. CONDITVM STANISLAO AVGVSTO REGNANTE POLONIS RESTAVRATVM ET ACTVM A.D. 1785 (Року Божого 1585 збудована Стефаном Баторієм, королем польським, відреставрована і збільшена Станіславом Августом, королем польським 1785 р.).

Новопланівський міст з'єднав Старе місто з східними землями, де в кінці XIX ст. було утворене передмістя – Новий план, з широкими вулицями, зеленими скверами та майданами. В 50-60 ті рр. XX ст. на їх місці забили фонтани, які пізніше висохли. Міст будувався з 1864 по 1874 рр. під наглядом інженер-капітана Я.Костенецького. Довжина мосту – 136 м, висота – 38 м. Одразу міст став улюбленим місцем відпочинку кам'янчан – свого роду бульваром. Про це свідчать численні фотографії Новопланівського мосту кінця XIX - початку XX ст. з фланіруючими гімназистами, чиновниками та панами в капелюшках. На огляд мальовничої панорами, що відкривалась з мосту, приводили гостей з провінції, і дами зомлівали, глянувши в майже 40-метрову прірву під ногами. У 2006 р.

Новопланівський міст був реставрований в стилі кінця XIX – початку XX ст., що сприяло подальшому підвищенню його популярності серед туристів та місцевих мешканців, особливо молоді, яка чіпляє до грат мосту замочки, називаючи його «мостом закоханих». Подейкують, що рано-вранці, коли в долині ще клубочиться туман, на мості інколи з'являється постать минулого – жінка в білому капелюсі. За нею біжиш, біжиш – ніколи не доженеш.

Міст «Стрімка лань» був споруджений в 1973 р., тобто через сто років після відкриття Новопланівського мосту. Цей четвертий міст Кам'янця знаходиться на південному сході Нового плану. Доки його зводили, в народі з'явився жарт про річку Смотрич, як найширшу річку України, бо міст будувався десятиліттями і не було цій будові ні кінця, ні краю. Експериментальний міст довжиною 380 м, висотою 60 м створювали спеціалісти Київського Інституту Електрозварювання НАН України імені Патона. Проїжджа частина мосту складається з трипрогінної рамкової системи, що дозволяє використовувати міст у спортивних змаганнях – чемпіонаті України з повітроплавства (згадаймо повітроплавця XVIII ст. Душинського). Під час змагань пілоти на повітряних кулях намагаються пролетіти під мостом. Виконання цього завдання дає їм право бути зарахованими до еліти повітроплавців – майстрів вищого класу. З 1995 р. популярністю серед екстремалів користувалися стрибки з мосту на гумових канатах з падінням в скелястий каньйон р. Смотрич (тзв. «бенджі-джампінг»). Однак після трагічного випадку – смерті однієї з учасниць, атракціон був закритий. Міст отримав назву «Лань, що біжить» або «Стрімка лань». Назва мосту перегукується з давньою легендою про оленя та князів Коріатовичів – засновників міста.

Отже, одне з семи «Туристичних чудес України» - Національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець на Поділлі» протягом століть розвивався, як найбільший оборонний, господарський, торгівельний та транспортний осередок Поділля. Понад 300 років це був центр Подільського воєводства Речі Посполитої (XV-XVIII ст.), понад 120 років – центр Подільської губернії Російської імперії (1793-1917 рр.), майже рік – тимчасова столиця Директорії Української Народної Республіки (1919 р.), майже 20 років

– обласний центр УРСР (1920-1940 рр.). Особливо цікавим та змістовними з туристичного погляду в розвитку Кам'янця-Подільського були часи середньовіччя, коли місто і сформувалося як місто-фортеця з цілісним комплексом воєнно-оборонних та житлово-торгівельних споруд, які органічно поєднувалися на досить невеликому за розмірами острові, який оточував глибокий скелястий каньйон р. Смотрич та для захисту якого був споруджений грізний замок, що контролював єдиний міст на в'їзді до міста. Середньовічний Кам'янець мав розвинуту торгівельну, транспортну та митну інфраструктуру, що включала бруковані дороги, в'їзні брами (де містилися митні пости та митні комори), річковий порт тощо. Кам'янець вирізнявся особливим розвитком «східної» торгівлі, яку здійснювали вірменські купці, які створили в місті власний торговельно-складський та житловий квартал навколо Вірменського ринку. Караван-сарай на в'їзді до міста, річковий торговельний порт, підземні торговельні галереї та складські приміщення, три великих міських ринки (Польський, Вірменський та Руський ринки), торговельно-складські будівлі тощо, – все це говорить про надзвичайно високий рівень розвитку, який отримали в середньовічному Кам'янці не тільки воєнно-оборонні, але й торговельно-складські та транспортно-митні функції, які в сучасній термінології позначаються поняттям «логістичної інфраструктури». Отже, матеріал розділу вносить свою частку у висвітлення розвитку як воєнно-оборонної та транспортно-торговельної логістики в Україні в історичному аспекті (на прикладі середньовічного міста-фортеці Кам'янця-Подільського), так і в дослідження логістичного аспекту «Туристичних чудес» України - в межах логістики туризму. Слід зазначити, що господарський, транспортний, архітектурний розвиток міста не припинявся і в XIX – на початку XX ст. Як губернський центр Російської імперії, Кам'янець тоді не поступався сусідньому провінційному центру Австро-Угорщини – Чернівцям (на жаль, нині таке порівняння не на користь Кам'янця). Визначальними ознаками Кам'янця тоді були такі споруди Старого міста, як бувший Кармелітський костьол (пізніше - Собор Ікони Казанської Божої Матері), Вірменський та особливо Польський ринок, забудовані 3-4-х поверховими будинками в стилю барокко та ренесансу, нарешті, капітальні кам'яні трьох-чотирьохповерхові будинки, зведені на стрімких схилах

Старого міста в особливий спосіб – з фасаду вони мали 3-4 поверхи, а з внутрішнього двору – один-два поверхи. Сходів між поверхами в таких будинках не було, оскільки до першого поверху вела окрема стежка, а верхні поверхи мали вихід безпосередньо у внутрішній двір, замощений кам'яними плитами. Спосіб будівництва таких домів був запозичений кам'янецькими будівничими від оборонних башт, наприклад Різницької, яка з боку кручі була трьохярусною, а з боку міста – двохярусною. На жаль, жодної з цих ознак нині немає: Кармелітський костьол був повністю знищений в 1930-ті роки (нині на його місці – пустка); Польський ринок, як і білостінні багатоповерхівки на кручах стали жертвами нацистських бомбардувань в 1941 р. Можна зазначити, що Кам'янець-Подільський є мабуть, єдиним містом України історичний центр якого так і не було відновлено після Другої Світової війни (хоча зараз виконується значна робота з реставрації історичних вуличок Старого міста, його площ та історичних будинків). На додаток Кам'янець був «репресований» совіцькою владою в 1930-х рр.: позбавлений статусу обласного центру та «розжалуваний» до рівня райцентру, позбавлений статусу університетського міста (мабуть місту пригадали часи Гетьманату, коли в Кам'янці був створений Український університет, та Директорії, коли Кам'янець рік перебував у статусі столиці УНР).

Запитання та завдання для самоконтролю:

1. Кам'янець-Подільський, як адміністративний центр Поділля за його підпорядкуванням різним державам за Середньовіччя.
2. Кам'янець-Подільський, як сакральний центр Поділля за Середньовіччя.
3. Кам'янець-Подільський, як торговельно-ремісничий центр Поділля за Середньовіччя.
4. Кам'янець-Подільський, як транспортно-логістичний центр Поділля за Середньовіччя.
5. Кам'янець-Подільський, як місце контакту західноєвропейської та азійської логістики за Середньовіччя.
6. Характеристика середньовічних мостів Кам'янця-Подільського
7. Характеристика сучасних мостів Кам'янця-Подільського.
8. Кам'янець-Подільський, як «столиця» українського повітроплавання.
9. Кам'янець-Подільський, як туристична столиця Поділля.
10. Туристично-інформаційний центр Кам'янця-Подільського та його значення для розвитку туризму.

Розділ 10. СОФІЯ ВІТТ-ПОТОЦЬКА: ВНЕСОК У РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (ЛОГІСТИЧНИЙ ВИМІР)

10.1. Жінка, ім'я якої з'єднало три туристичні дива України

Туристичні дива України, що були визначені в 2007 р., мають у своєму складі три, назви яких поєднані з однією історичною постаттю – Софією Вітт-Потоцькою, яку в другій половині XVIII ст. п'ять найбільших королівських дворів Європи визнали найвродливішою жінкою епохи Просвітництва. До цих туристичних чудес України належать Хотинська фортеця, Національний історико-культурний заповідник «Кам'янець» та Національний дендрологічний парк «Софіївка» в Умані. Якщо перші два були лише місцями перебування пані Софії в певний час, то останнє диво – Дендропарк «Софіївка» завдячує прекрасній грекині всім – і назвою, і ідеєю, і втіленням, і сучасним статусом. Отже, на часі є розкрити зв'язки Софії Вітт-Потоцької з наведеними туристичними чудесами України та показати значення «Madame la Comtess» (графині) у розвитку туризму та його логістики (в історичному контексті і в сучасному) на Поділлі, Буковині та в цілому в Україні. Метою розділу є розкрити значення постаті Софії Вітт-Потоцької у розвитку туризму на Поділлі та в Україні як в історичному контексті, так і в сучасному, враховуючи логістичний аспект.

З ім'ям Софії Главані, primo voto (за першим шлюбом) Вітт, secondo voto (за другим шлюбом) Потоцька, пов'язана історія найфеноменальнішого сходження пересічної жінки щаблями суспільного визнання, яке тільки знала історія моралі колишньої Речі Посполитої. Коли Софія Главані, як проста дівчина грецького родоводу з Стамбулу вступила на подільську землю в 1779 р., маючи дев'ятнадцять років, в її гаманці лежало всього сто злотих, які за дорученням інтернунція Карла Боскампа їй видав військовий комендант Кам'янця-Подільського Ян Вітт, і це було все її майно. Коли ж наприкінці свого життя в 1822 р. графиня Софія Потоцька склала заповіт, вона заповідала своїм дітям рухомість і нерухомість, загальна вартість яких перевищувала 10 млн. рублів. Стільки їй залишилося після смерті другого чоловіка Станіслава Щенсного Потоцького, а це ж була тільки частина (до того ж менша) величезного багатства одного з найзаможніших польських магнатів,

оплаченого тяжкою працею сотень тисяч українських селян. Щодо соціального походження Софії Главані, то існують дві версії. Перша, яка нині визнана істинною, виводить її родовід із збіднілої грецької родини, що мешкала в передмісті Стамбулу. Слід зазначити, що після захоплення Візантійської імперії в 1453 р. турками-османами та утворення Османської імперії з столицею в Стамбулі (за Візантії-Константинополі), положення грецького населення стало надзвичайно важким. Бувша титульна нація Візантійської імперії в Османській імперії трактувалася та всіляко принижувалася, як народ другого сорту: по-перше, тому що не турки, по-друге, тому що християни (не мусульмани). Особливо важким було становище грецьких жінок, оскільки чоловіки-греки могли знайти собі роботу в торговельному плаванні між численними островами Грецького архіпелагу, в торгівлі, навіть у турецькій поліції (нижні чини). Саме з такої родини походила Софія (у дитинстві її звали Дуду), батько якої служив за найнижчим рангом у міській поліції та невдовзі помер. Зрозуміло, що після цього родина Главані потрапила в скрутне становище.

Інша версія походження Софії Вітт-Потоцької нав'язана з легендою про її аристократичне походження з родини Панталіса Маврокордато, члена княжої грецької родини, спорідненої з давніми володарями Візантії. Правнучка Панталіса нібито вийшла заміж за молодого грецького магната Челіче й народила від нього Софію. Версія про знатне походження Софії з княжого роду Челіче де Маврокордато всіляко поширювалася родиною першого її чоловіка – Вітт, а потім – родиною Потоцьких, ну і, зрозуміло, самою Софією.

У житті Софії Главані було чотири головних «дебюти» (рис. 10.1). Уперше вона дебютувала в ролі грецької служниці в польській місії в Стамбулі, яку очолював королівський інтернунцій (посол) Карл Боскамп – Лясопольський (1777-1778 рр.). Її на цю посаду влаштувала мати.

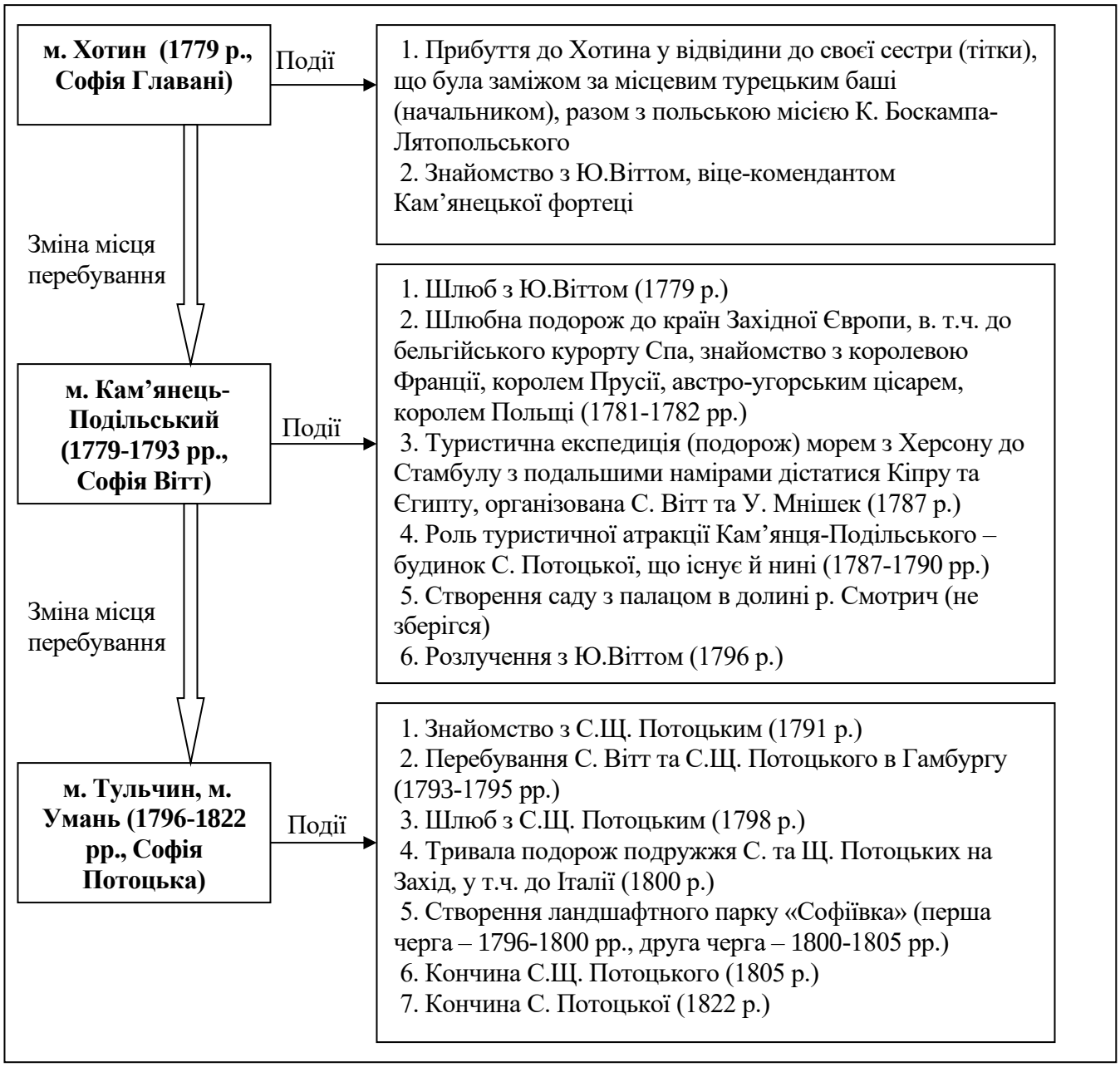


Рис. 10.1. Роль С. Главані-Вітт-Потоцької у створенні туристичних об'єктів на Поділлі та зв'язок подій її життя з сучасними туристичними дивами України – Хотинською фортецею, НІАЗ «Кам'янець» та Національним дендрологічним парком «Софіївка» в Умані

Другий «дебют» був складнішим – вона стала дружиною офіцера Речі Посполитої, сина коменданта Кам'янецької фортеці (до речі, найбільшої в Польщі на кінець XVIII ст.) майора Юзефа Вітта, вступила в права шляхетського стану, опанувала його етикет. Усі ці події в житті Софії Главані, тепер уже Софії Вітт, відбувалися далеко від Стамбулу – вже

на Подільській землі, в Україні. Як це сталося? Отже, після закінчення терміну своєї місії в Стамбулі, Боскамп повертався до Варшави і Дуду вмовила взяти її з собою. Вони проїжджали через Хотин, де заміжом за турецьким баші (начальником) була її сестра (за іншими даними – тітка), потім через Кам'янець-Подільський, де з Софією познайомився та закохався у неї Юзеф Вітт. 14 червня 1779 р. він узяв шлюб з нею в парафіяльному костьолі в Зіньківцях (передмісті Кам'янця).

10.2. Кам'янецький період у житті С.Главані-Вітт: туристичний потенціал

Кам'янецький період в житті Софії Главані-Вітт тривав з 1779 до 1793 рр. Чим він відзначився з точки зору туризму? Перш за все тим, що протягом 1781-1782 рр. це молоде подружжя перебувало у весільній подорожі в Європі – в Німеччині, Бельгії, Франції і Австрії. І тут відбувся третій «дебют» С. Главані – як дами вищого світу, як уславленої красуні, що стала окрасою королівських салонів у Варшаві, Берліні, Парижі, Відні (відповідно – її знайомство з польським королем Станіславом Августом Понятовським, пруським – Фрідріхом II, французькою королевою Марією Антуанеттою, австрійським цісарем Йосипом II). До речі, знайомство С.Вітт з австрійським цісарем відбулося на відомому бельгійському курорті Спа, який у другій половині XVIII ст. був модним місцем літнього відпочинку вишуканої публіки з багатьох країн Європи, передусім із Франції, Англії, Австрії. Приводом до щорічних приїздів у Спа була гадана лікувальна властивість тамтешніх мінеральних вод, яким приписували надзвичайно велику шкалу застосувань, насправді ж до Спа їхали переважно порозважатися. Спа вважався не лише модним, а й дуже вишуканим курортом. Сюди приїжджали найвідоміші європейські магнати й фінансисти, а нерідко й вінценосні особи. Софія та Юзеф Вітт були, мабуть, одними з перших подільських «туристів», що завітали до бельгійського курорту Спа (і напевно першими, які залишили офіційну згадку про це – рис. 10.2). Але саме тут, у Спа, відбувся третій «дебют», що відкрив перед Софією шлях на вершини суспільної

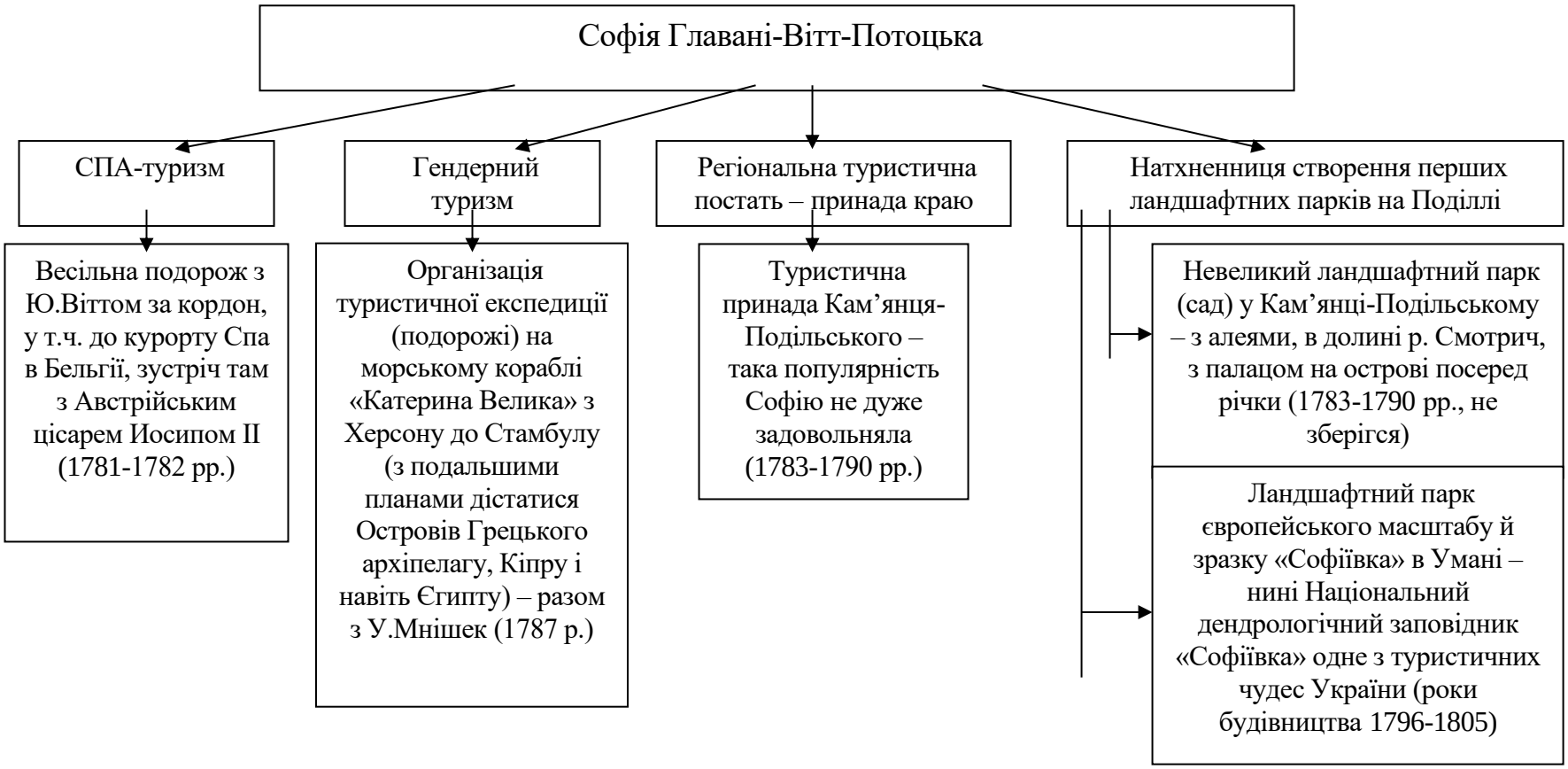


Рис. 10.2. Внесок Софії Главані-Вітт-Потоцької (1760-1822 рр.) у зародження й розвиток туризму в Україні

ієрархії, та означав важливу якісну зміну в її житті: саме в цей момент вона перестала бути просто дружиною майора Юзефа Вітта, у той час, як майор Юзеф Вітт став просто чоловіком «славнозвісної красуні Софії».

Усе свідчить про те, що Софія швидко відмовилася від своїх колишніх безтурботних і фривольних манер поводження; вона й далі була для всіх неймовірно ввічливою, милою, кокетливою, якщо це допомагало їй заручитися прихильністю якогось впливового сановника чи магната, але найбільше дбала про те, щоб зберегти своє нове суспільне становище, яке так несподівано здобула для себе. Вона уникала (принаймні публічно) зайвої фамільярності в поведінці з своїми залицяльниками, хоча вже у 1780-1781 рр. Поділлям почалися ширитися плітки про її короткочасні романи та різні «пасажі», які через кілька років набудуть великого розголосу в усій Польщі та за її межами.

Після великої тріумфальної подорожі Європою, під час якої Софія звикла до обожнювання з боку найчільніших осіб Варшави, Берліна, Парижа, Відня, повернення до Кам'янця - містечка на південно-східних кордонах Речі Посполитої, населеного переважно вояками, вірменами-торговцями та кримінальними злочинцями (які відбували кару в замкових льохах) було для неї сумним та нудним. Кам'янець-Подільський, легендарна та найбільша фортеця Речі Посполитої на її південно-східних кордонах, на той час уже значно підупав, але стрімкі масивні мури фортеці над Смотричем, північною притокою Дністра в добу правління останнього польського короля Станіслава Августа Понятовського вважалися ще міцними укріпленнями, які за невеликих видатків на модернізацію, могли б обернутися на неприступну твердиню. Місто, що розкинулося в підніжжі замку, мальовниче, відреставроване стараннями коменданта Яна Вітта (який одночасно був і талановитим архітектором), природним каньйоном оточене водами Смотрича, який майже замкненим звивом охоплював увесь Кам'янець (нині це – Старе місто), з населенням, що сягало декілька тисяч осіб, було важливим торгівельним центром на тзв. Галицькому торговельному шляху, що вів з Німеччини й Польщі через Галичину та Поділля до Молдови, а далі – до самого Стамбулу. Тут можна було придбати лейпцизькі, вроцлавські, російські й турецькі товари, такі як, наприклад, цитрини, помаранчі, волоське або нікопольське вино, свіжу, мариновану, вуджену та сушену рибу, у т.ч. осетрину, кав'яр, віск, лій і шкіри. З

Стамбулу, Криму кам'янецькі купці-вірмени привозили килими, оксамит, зброю, вина, дорогі пахощі, пряності-все те, що складало комфорт тодішнього побуту. Головним осередком торгівлі в Кам'янці був Вірменський ринок, куди прибували каравани верблюдів з східними товарами, по які приїжджали купці з півночі та заходу. В місті функціонувало ще два ринки – Польський та Руський.

Але для Софії Вітт всього цього було замало. І її можна було зрозуміти. Замість пишних салонів європейських столиць-набагато скромніші покої гарнізонного помешкання генерала Вітта; замість галантних аристократів, дипломатів і двірських сановників – юрба безцеремонних офіцерів місцевого гарнізону й подільської провінційної шляхти, які нахабно залицялися до вродливої пані віце-комендантші. Її обожнювала половина чоловіків усього околу, вона викликала захват у приїжджих, і в такий спосіб отримала статус своєрідної «туристичної принади» Кам'янця, але така популярність їй не дуже подобалась. Не допомогло й те, що Юзеф Вітт спеціально для Софії улаштував у долині Смотрича літній палац з садом. Алеї саду протягнулися вздовж обох берегів річки, були прикрашені екзотичними квітами та деревами. Софія, в платті з кринолiном, який вона першою одягла в місті, походжала по саду, зриваючи з дерев жовтогарячі персики та стиглі груші. Але незабаром і це їй знудилося. Софія шукала будь-якого приводу вирватися нарешті з Кам'янця у широкий світ.

У серпні 1787 р. вона разом з пані Уршулею Мнішек, дружиною кам'янецького хорунжого, вирушила у велику туристичну експедицію (подорож) до Стамбулу та на острови Грецького архіпелагу (з наміром дістатися аж до Єгипту), у якій взяли участь понад тридцять осіб. Про цю дивну й загадкову подорож часто згадується в приватній та офіційній кореспонденції від 1787 р., але й нині про неї відомо небагато. Так, досі не вдалося з'ясувати, чи то була просто екстравагантна розважальна прогулянка провінційних дам та їхніх кавалерів, чи може, як вважали деякі історики, закамуфльований розвідувальний захід, інспірований одним з європейських дворів напередодні сподіваної війни між Оттоманською Портою і Росією та Австрією. Відплиття відбулося з російського порту Херсон на кораблі «Катерина Велика». У складі товариства дам було дев'ять, чоловіків – двадцять три. Відомо, що на судно також взяли музикантів і шатра, щоб час від часу робити висадки на берегу моря. Попливли тим самим шляхом, яким понад сто з лишком років тому ковзали по чорноморських хвилях

легкі козацькі чайки, раптово нападаючи на прибережні турецькі селища і навіть на передмістя Стамбулу. На жаль, відомі прізвища тільки частини цих незвичайних туристів. Крім У.Мнішек і С.Вітт, в експедиції взяли участь дві панни Секежинські. Серед чоловіків був генерал К. Менчинський (який перебрав на себе обов'язки адміністратора та скарбника подорожі), С. Тарновський, капітан кавалерії Скварський, Я.Остроруг (розповідали, що під час подорожі він невтомно фліртував з пані Вітт), якийсь полковник Ключевський, двоє Здзеховських, Новаковський, Кшижановський. Імена решти учасників експедиції невідомі до сьогоднішнього дня. По прибутті до Стамбулу думки учасників експедиції щодо подальшого подорожування поділилися. Пані Мнішек, можливо, була схильна плисти якомога швидше до Архіпелагу, а Софія, мабуть, воліла якомога довше затриматися в Стамбулі, оскільки саме тут для неї приготували зустріч, завдяки якій вона зразу стала дамою номер один експедиції й остаточно затьмарила своїх супутниць.

Чорноморський порт Херсон, заснований у 1775 р., швидко розростався і через десять років був уже найважливішим торговельно-транспортним центром правобережної України, через який після 1783 р. велася головна торгівля з середземноморськими портами та країнами Близького Сходу. Серед інших товарів щороку в Херсонському порту на чужоземні судна вантажили понад 2000 пудів подільської й української пшениці. Кількість мешканців Херсона складала біля 50 000, у місті діяло кілька французьких і грецьких домів, які були посередниками в експорті та імпорті різних товарів до та з Стамбулу, Марселя, Кадікса й Неаполя. Було тут і польське консульство, відкрите за наказом Станіслава Августа в 1783 р.

Через початок російсько-турецької війни в липні 1787 р. уся привабливість туристичної прогулянки пішла нанівець. Учасники експедиції поділилися в Стамбулі на малі групи: одні збиралися продовжувати експедицію запланованим раніше маршрутом, незважаючи на воєнну небезпеку, інші вирішили повертатися додому кружним безпечним шляхом. Пані С.Вітт належала до останніх і через Відень, Варшаву і Львів безпечно повернулась до Кам'янця. Відносини її з Ю. Віттом, який після смерті батька став генералом і комендантом Кам'янецької фортеці, були остаточно зіпсовані, хоча вона народила йому сина Яна.

10.3. Пані графіня С.Потоцька та парк «Софіївка»

У 1791 р. починається четвертий і останній «дебют» Софії Главані-Вітт – її відносини з наймогутнішим магнатом Польщі – Станіславом Щенсним Потоцьким. Маєтки Потоцького займали територію близько 1,5 млн. га, на нього працювало 130 000 кріпаків в Україні та Польщі, а річний дохід господаря Тульчина («столиця» його володінь) перевищував 3 млн. польських злотих. Під час балу в Яссах, яким ушанували день іменин імператриці Катерини ІІ він, можливо, вперше відкрив Софії свої почуття. В польській історії, зокрема історії Першої Речі Посполитої, постать С.Щ. Потоцького не тішиться доброю славою. Вважається, що саме він разом з коронним гетьманом К. Браницьким та польним гетьманом С. Жевуським, утворивши Тарговицьку конфедерацію, спрямовану проти короля Польщі Станіслава Августа Понятовського, забили «останній цвях» в труну Першої Речі Посполитої, зробивши можливим другий поділ Польщі 1793 р. та зникнення незалежної польської держави з мапи Європи внаслідок третього і останнього поділу Польщі в 1795 р. Але нас більше цікавить доля Софії Главані-Вітт, яка на новому етапі свого життя та суспільної кар'єри на Поділлі вирішила зв'язати своє майбутнє з С.Щ.Потоцьким. Для історії дворічної гамбурзької еміграції цього магната разом із С. Вітт в 1793-1795 рр., на жаль, бракує будь-яких джерел. Можна тільки приблизно уявити, як виглядало їхнє безтурботне існування в цьому великому німецькому портовому місті (наприкінці XVIII ст. воно налічувало близько 130 000 мешканців). В 1795 р. Софія ще Вітт подалася до Варшави, а потім Львова, щоб розпочати справу про розлучення з Ю.Віттом. Тим часом, ще в 1793 р., в Мінську, Софія народила Потоцькому сина, якого назвали Константином. Це був перший з вісьмох дітей, які мали народитися від нешлюбного, а потім шлюбного зв'язку Софії з С.Щ.Потоцьким. До шлюбного узаконення цього зв'язку Софія народила ще двох дітей – Миколая і Гелену. Але всі троє позашлюбних дітей померли ще в ранньому дитинстві. Натомість щасливо зросли ті п'ятеро дітей, які народилися вже після шлюбу Софії з С.Щ.Потоцьким.

Риску майже 17-річного заміжжя Софії за Ю.Віттом було підбито в 1796 р., коли була узгоджена і підписана в Львівському суді розлучно-майнова угода, яку підписали обидві сторони, а також свідки. Але залишалася ще одна перешкода – шлюб С.Щ.Потоцького з Юзефіною. Незважаючи на це, Софія вже з 1796 р. проживала разом

з С.Щ.Потоцьким у його маєтку в Тульчині (нині Вінницька обл.). Осівши в Тульчині, останній робив усе, що було в його змозі (а міг він багато), аби надати привабливості цій місцевості в очах вродливої грекині. На острові посеред тульчинського ставка він спорудив турецьку лазню, оточену колонами з майстерною різьбою в мавританському стилі, а розкішне обладнання для лазні за великі гроші спровадив із Стамбулу. Тож Софія могла розкошувати тут у турецькому хамамі, до якого звикла ще замолоду. Та найщедрішим та безумовно найпрекраснішим подарунком С.Щ.Потоцького Софії був великий парк під Уманню (нині Черкаська обл.), названий «Софіївкою»; саме цей парк згодом став найдовговічнішою і найславетнішою пам'яткою, пов'язаною з її ім'ям (нині – це Національний дендрологічний парк «Софіївка», позначений серед семи Туристичних чудес України). Творцем «Софіївки» (автором топографічного та архітектурного проектів парку, а також керівником усіх робіт) був талановитий офіцер польської артилерії, який до 1793 р. перебував на службі Речі Посполитій, капітан Людвік Метцель (1764-1848 рр.). Це була дійсно магнатська фантазія – її реалізація протягом дев'ятьох років (1796-1805 рр.) обійшлася, за оцінками, в 15 млн. польських злотих. Під Умань тисячами зганяли панщинних селян з возами й лопатами; мармур, статуї, гідравлічні машини Метцель замовляв у країнах Західної Європи; рідкісні види дерев і саджанці найрізноманітніших рослин, які не зустрічалися в Україні, привозили аж з Туреччини (будівельна логістика). За чотири роки (до 1800 р.) було закінчено найважливішу частину парку з двома штучними ставками, горішнім і долішнім. Різниця рівнів цих ставків становила 23 м; оригінальна гідравлічна конструкція, яку спроектував Метцель, підводила струмінь води до фонтана в долішньому ставку з мінімальною затратою енергії, завдяки чому фонтан бив на висоту 20 м. Досконалий ландшафтний дизайн, каскади, штучні гроти, мальовниче розміщення буйної рослинності становили головні принади цього чудового парку, який й нині вважається найгарнішим парком у всій Європі. «Софіївка» дуже швидко набула величезної популярності, ще за життя Софії її відвідували численні туристи й про неї багато писалося. Софія до кінця свого життя дуже любила цей парк, який носив її ім'я. Їй лестило, що ця чудова пам'ятка садово-паркової архітектури присвячена їй закоханим графом.

Великий день у житті Софії настав 17 (28) квітня 1798 р., коли в тульчинському костелі перед шлюбним вівтарем вона нарешті здобула право носити прізвище і титул

графіні Потоцької. Про життя Софії й ситуацію в Тульчині протягом 1799-1805 рр. відомо небагато. Деякі дані свідчать, що 1800 р. (на своє сорокаріччя) вона разом з С.Щ.Потоцьким здійснила тривалу подорож на Захід, під час якої серед інших країн відвідала Італію. За якийсь час після повернення з цієї подорожі Софія народила від С.Щ.Потоцького другого сина, Мечислава, в наступні роки на світ по черзі прийшли дві доньки Софія й Ольга, нарешті, наймолодший син Болеслав. С.Щ. Потоцький помер у Тульчині в березні 1805 р., у віці 53 р. Софія пережила його на 17 років і закінчила своє життя в 1822 р., 12 (24) листопада. Її тіло поклали на вічний спочинок не в Тульчині, а в Умані, неподалік від її улюбленої «Софіївки». Однак там вона пролежала нецілу чверть століття. 1832 р. маєток і парк під Уманню, якими понад десять років володів перший шлюбний син Щенсного та Софії Олександр Потоцький, було конфісковано на користь російської державної скарбниці. «Софіївка» отримала нову назву «Царицин сад» і перейшла у власність імператорської родини. Невдовзі домовину з тлінним прахом Софії Потоцької перевезли з уманської церкви до м.Тального в Уманському повіті, яке успадкувала після матері її дочка Ольга Потоцька-Наришкіна. Її поставили в підземеллі місцевої церкви, яку згодом, 1846 р., було перебудовано. Після 1917 р., в період більшовицької секуляризації більшості сакральних споруд в Україні та Росії, церкву в Тальному знову перебудували й призначили для інших потреб. Однак гробниць у підземеллі цієї будівлі не чіпали. Нині у відновленій церкві й досі спочиває прах тієї жінки, яка більшу частину свого життя прожила в Україні, та яку наприкінці XVIII ст. п’ять найбільших королівських дворів Європи визнали найвродливішою жінкою епохи Просвітництва.

10.4. Постать С. Вітт-Потоцької, як ресурс для розвитку туризму в Україні

Постать Софії Глявоне-Вітт-Потоцької має тісні й розгалужені зв’язки з зародженням та розвитком туризму в Україні. З її ім’ям пов'язаний (і названий) Національний дендрологічний парк «Софіївка», занесений в перелік «Семи туристичних чудес України» (рис. 10.2). З її життям пов’язані ще два туристичних дива України – Національний історико-архітектурний заповідник «Кам’янець» (де Софія Вітт провела майже 17 років свого заміжжя за віце-комендантом, згодом комендантом Кам’янецької фортеці, майором, згодом генералом Юзефом Віттом і де ним був створений для неї ландшафтний парк, який на жаль, не зберігся до нашого часу) та Хотинська фортеця (де

вона перебувала проїздом до Кам'янця-Подільського). Софія Вітт, мабуть, однією з перших подолян відвідала відомий й нині курорт Спа в Бельгії. Її можна вважати й засновницею «гендерного туризму» в Україні, якщо згадати подорож до Стамбулу та на грецькі острови, організаторками якої були дві жінки – подолянки Софія Вітт та Уршуля Мнішек. Можна пригадати й інші зв'язки С.Вітт-Потоцької з зародженням та розвитком туризму в Україні, але й наведеного вище, на нашу думку, цілком достатньо, щоб присвятити розділ посібника цій непересічній жінці епохи Просвітництва, чиє життя пройшло в Україні, на Поділлі, й до цього часу викликає цікавість як українських, так і іноземних (особливо польських, турецьких та грецьких) туристів. А найкращою згадкою і пам'яткою на честь Софії Вітт-Потоцької є Національний дендрологічний парк «Софіївка», який й нині притягує тисячі відвідувачів з усіх куточків світу і притягуватиме ще більше після Перемоги.

Завдання та запитання для самоконтролю

1. Які туристичні дива України пов'язані з життям та діяльністю Софії Вітт-Потоцької?
2. Уродженкою якого міста та країни була С.Вітт-Потоцька?
3. Яким чином С.Вітт-Потоцька потрапила в Україну?
4. Чим характеризувався кам'янецький період в житті С.Вітт-Потоцької?
5. Які туристичні пам'ятки м.Кам'янець-Подільського залишились від С.Вітт-Потоцької?
6. Яким чином С.Вітт стала графинею С.Потоцькою?
7. Де відбувся шлюб С.Вітт з графом С.Щ.Потоцьким?
8. Який весільний подарунок С.Щ.Потоцький зробив Софії?
9. Історія появи парку «Софіївка» та логістичні аспекти його спорудження?
10. Постать С. Вітт-Потоцької як ресурс для розвитку туризму в Україні.

ЧАСТИНА ІІ. ЛОГІСТИКА ТУРИЗМУ

Розділ 11. Логістика туризму, як складова логістика послуг

11.1. Особливості та класифікація послуг

Логістика послуг поки що належить до недостатньо розроблених напрямів логістики як новітнього науково-практичного напряму, що відрізняється надзвичайно високою динамікою розвитку в XXI ст. — як у світі, так останнім часом і в Україні. Сфера послуг бурхливо розвивається. При цьому в розвинених країнах світу (постіндустріальних) на галузі цієї сфери припадає левова частка валового внутрішнього продукту та чисельності зайнятих (60—80 %). До сфери послуг належать: транспорт, зв'язок, торгівля, матеріально-технічне забезпечення, побутові та комунальні послуги, фінанси, наука, освіта, охорона здоров'я, культура і мистецтво, фізкультура і спорт, туризм тощо. У літературі особливу увагу звертають на те, що об'єднує різні види трудової діяльності з надання послуг, а саме — виробництво таких споживчих вартостей, які переважно не набувають матеріальної форми. Тому для послуг як товару, незважаючи на їх різноманітність, характерні такі загальні ознаки, як невідчутність, нездатність до зберігання, мінливість якості, нерозривність виробництва і споживання. На цій підставі роблять правильний висновок про те, що ринки послуг абсолютно не схожі на інші ринки (мають на увазі, насамперед, ринки товарів). Диференціація послуг поглиблюється і нині. Наприклад, за СОТ виокремлюють 12 секторів послуг, зокрема бізнес-послуги із включенням професійних та комп'ютерних; послуги зв'язку; будівельні й інженерні; дистриб'юторські; освітні; екологічні; фінансові, у тому числі банківські; страхові; медичні; послуги в галузі туризму та подорожей; рекреаційні, культурні та спортивні; транспортні та ін., які, у свою чергу, поділяють на 155 підсекторів.

У світі спостерігається тенденція до виокремлення певних класів послуг, що відрізняються між собою, а послуги всередині них мають ідентичні проблеми і можливості. Важливою проблемою всіх країн світу є розробка класифікації послуг і вдосконалення їх обліку. Є різні підходи до класифікації послуг. Найзагальнішу запропонував американський учений К. Лавлок. Головне завдання полягає у з'ясуванні — на кого (що) спрямовані послуга та її відчутність (табл. 11.1).

Таблиця 11.1. Класифікація послуг за К. Лавлоком

Основні класи послуг	Сфери послуг

1. Відчутні дії фізичного виливу на людину	Охорона здоров'я, пасажирський транспорт, салони краси і перукарні, спортивні заклади, готелі, ресторани та кав'ярні, рекреація та туризм
2. Відчутні дії, спрямовані на товари	Вантажний транспорт, ремонт устаткування, охорона, підтримка чистоти, пральні, хімчистки, ветеринарні послуги
3. Невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини	Освіта, радіо-, телемовлення, інформація, культурні послуги
4. Невідчутні дії з невідчутними активами	Банківсько-фінансові, юридичні, консалтингові послуги

Це головна класифікація послуг, яку використовують у західних компаніях, зокрема діяльність яких пов'язана з міжнародним бізнесом, туризмом, маркетингом і логістикою. Порівняння послуг за ступенем їх відчутності подано в табл. 11.2. Фахівці з маркетингу зазначають, що чим менше виражена матеріальність, відчутність послуги, тим менша їх подібність до маркетингу товарів.

Таблиця 11.2. Порівняння послуг за ступенем їх відчутності

Матеріальні (відчутні)	Нематеріальні (невідчутні)
Ремонт техніки Транспортні перевезення Ресторани Лікарні Перукарні Готелі Консалтинг Освіта	

Фактори сегментації послуг можуть бути комбінованими (табл. 11.3).

Таблиця 11.3. Матриця сегментації послуг

№ з/п	Послуга	Споживачі	
		Ділові послуги	Особисті
1	Тільки послуга	Франчайзинг, аудит, безпека подорожі	Освіта, подорожі, розваги, працевлаштування
2	Послуга, що збільшує цінність чогось матеріального	Страхування, реклама, прибирання, ремонт	Ремонт,страхування, послуги "зроби сам"
3	Послуга, яка надає щось матеріальне	Перевезення, торгівля, наймання персоналу	Перевезення, торгівля

В аналітичних цілях величезне розмаїття послуг, як правило, групують за іншими ознаками. У Світовому банку, наприклад, прийнятий розширений підхід до послуг, до яких належить і рух прибутку. Так, послуги поділяються на:

- *факторні* — платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва, насамперед, капіталу і робочої сили (прибутки на інвестиції, роялті та ліцензійні платежі, заробітна плата нерезидентів);

- *нефакторні* — транспорт, подорожі й інші нефінансові послуги.

Очевидно також, що послуги надають у більшості випадків одночасно з продажем товарів або здійсненням інвестицій, у тому числі міжнародних. Тому відповідно до засобів доставки послуг споживачу їх поділяють на:

- послуги, пов'язані з інвестиціями (банківські, готельні, фахові);

- послуги, пов'язані з торгівлею (транспортні, страхові);

- послуги, пов'язані одночасно з інвестиціями і торгівлею (зв'язок, будівництво, комп'ютерні й інформаційні, особисті, культурні, рекреаційно-туристичні).

Є корисним з аналітичного погляду поділ міжнародних послуг залежно від ознаки мобільності продавця і покупця (або виробника та споживача) послуг (табл. 11.4). Така класифікація охоплює не тільки послуги в їх традиційному значенні, а й рух чинників виробництва, які вважають носіями цих послуг. Вона дає змогу виокремити чотири типи ситуацій у взаємовідносинах виробників та споживачів послуг:

1) виробник послуги та її споживач не змінюють свого місцезнаходження;

2) виробник рухається до її споживача, щоб надати послугу;

3) споживач рухається до її виробника з метою отримання послуги;

4) як виробник, так і споживач послуги рухаються для, відповідно, її надання й отримання.

Таблиця 11.4. Розподіл послуг за ознакою мобільності їх виробника та споживача

Мобільність виробника	**Мобільність споживача**	
	Споживач не переміщується	**Споживач переміщується**
Виробник не переміщується	1. Торговельні, транспортні, фінансові, комп'ютерні, інформаційні послуги	3. Подорожі (туризм), освітні, сервісні та медичні послуги

Виробник переміщується	2. Прямі іноземні інвестиції, тимчасова трудова міграція	4. Подорожі в треті країни, організовані фірмами-нерезидентами

Іноземні фахівці класифікують послуги також за ознакою можливої участі в міжнародному обміні. Для цього їх поділяють на три групи. *Першу* -становлять послуги, що можуть бути об'єктом зовнішньої торгівлі (на їхню частку припадає майже 8% загального обсягу наданих послуг). Йдеться, насамперед, про повітряні та морські перевезення пасажирів і вантажів, зв'язок, міжнародні кредитні та страхові угоди. До *другої групи* належать послуги, котрі за своєю сутністю взагалі не можуть бути предметом експорту (всі види індивідуальних, соціальних, державних, інфраструктурних послуг). *Третя* велика *група* послуг (до неї належать і рекреаційно-туристичні) охоплює ті їх види, що виробляються як для внутрішніх потреб, так і на експорт. Відповідно потреби в послугах цього виду задовольняються за рахунок як внутрішніх джерел, так і імпорту.

На жаль, внаслідок браку чітких критеріїв розмежування товарів та послуг, національних розходжень у підходах до регулювання цієї сфери часто виникають конфліктні ситуації. Ліквідувати їх ще на етапі появи — завдання Генеральної угоди з торгівлі послугами або ГАТС (General Agreement on Trade and Services, GATS), підписаної в результаті Уругвайського раунду багатосторонніх торгових переговорів у 1994 р. у м. Марракеш (Марокко). Вона входить, як додаток до складу угоди про створення Світової організації торгівлі (СОТ, 1995), і є головним міжнародним документом, що регулює міжнародну торгівлю послугами в цілому. За цією угодою міжнародну торгівлю послугами визначають, як надання послуги з території однієї країни на територію іншої, і розглядають усі види послуг, окрім наданих урядом.

Серед головних положень угоди виокремлюють такі:

= міжнародна торгівля послугами має ґрунтуватися на принципі режиму найбільшого сприяння;

- ставлення до послуг, наданих нерезидентами, на внутрішньому ринку закордонних країн повинно впливати з національного режиму, тобто бути недискримінаційним і транспарентним (країни зобов'язані публікувати нові регулювання, що стосуються торгівлі послугами, і повідомляти інші країни про них);

- забезпечення активної участі країн, що розвиваються, у міжнародній торгівлі послугами.

Таким чином, ГАТС поширює принципи ГАТТ/СОТ на новий сегмент міжнародної торгівлі, торгівлю послугами, що становить 20—25 % її обсягу.

11.2. Сутність і склад туристичних та готельних послуг

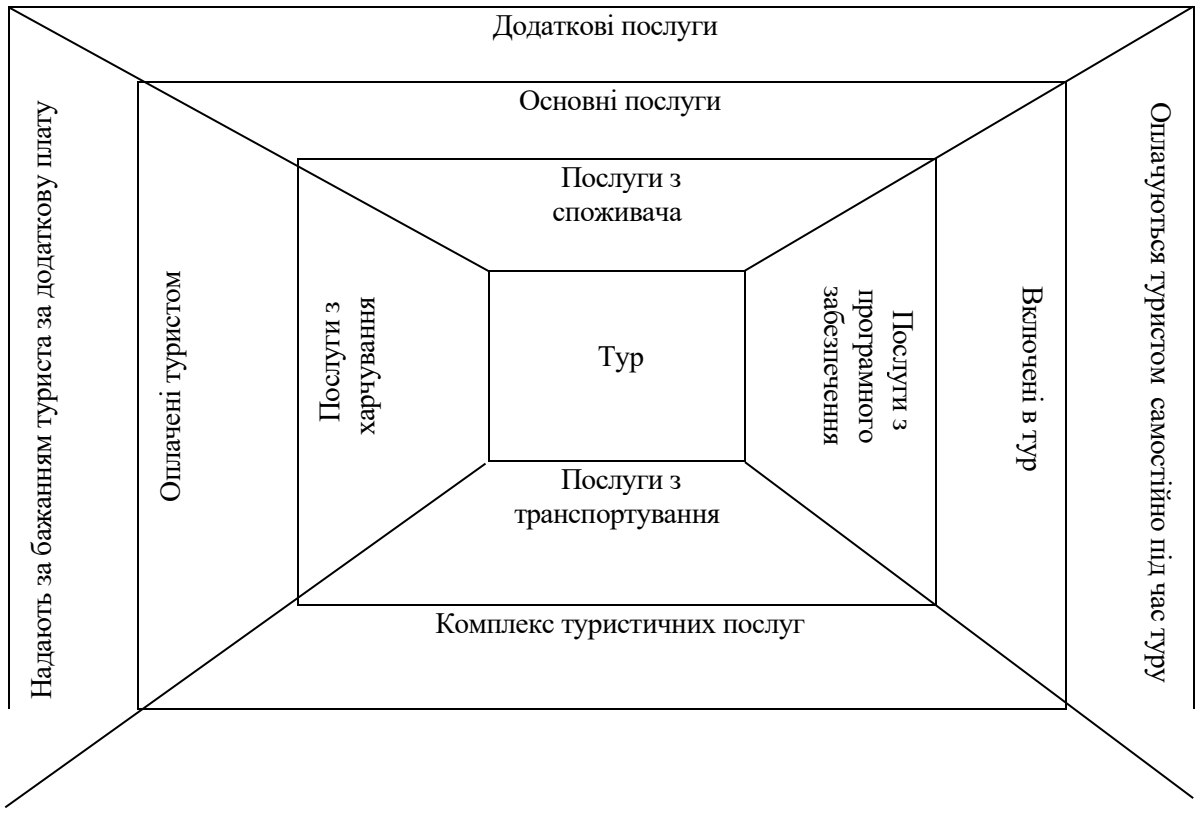
Туризм є одним з основних видів міжнародної торгівлі послугами. Туристична послуга — це сегмент сфери послуг, спрямований на задоволення потреб споживачів туристичного продукту на підставі продажу певного туристичного ресурсу. Виробником і продавцем таких послуг є туристичні фірми, бізнесова діяльність яких полягає в задоволенні потреб туристів. Послуги у сфері туристично-екскурсійного обслуговування поділяють на такі види однорідних послуг: реалізація туристичних та екскурсійних послуг; туристичні подорожі; екскурсії; туристичні походи; рекламно-інформаційні, транспортні, побутові послуги; послуги проживання; послуги харчування; культурно-масові та спортивно-оздоровчі послуги (рис. 11.1).



Рис. 11.1. Види послуг у сфері туристично-екскурсійного обслуговування

Найважливішою складовою туристичної послуги є комплексна поїздка — тур, що включає пакет послуг із розміщення, харчування, транспорту, трансферу, організації рекреаційних, культурних і спортивних заходів, з організації відвідання магазинів і торговельних центрів та інші послуги (туристичні формальності, страхування тощо). Туристичні послуги поділяються на основні (включені в тур та оплачені туристом) та додаткові (їх оплачують у момент надання під час подорожі або на місці перебування).

Також вирізняють комплекс туристичних послуг, тобто необхідний перелік корисних дій та фахових операцій працівників туристичних фірм, транспорту, закладів сервісу та культури стосовно споживачів-туристів з метою задоволення їх потреб (рис. 11.2). Розрізняють комплекс основних туристичних послуг, без яких неможливе власне здійснення туристичної подорожі (отримання путівки, використання транспортних послуг, ночівля, харчування тощо), та додаткові, за якими туристи звертаються за потреби та бажання з метою досягнення вищого рівня комфортності подорожі або відпочинку. Отже, до головних туристичних послуг належить сукупність послуг, що становить основу обслуговування в межах туру. Залежно від цільової спрямованості та призначення туру до складу основного комплексу послуг входять послуги з проживання, харчування, транспортування та програмного забезпечення. Додаткові послуги — важлива складова туру, який охоплює довільні послуги, що не включені до складу туру та які оплачує турист на місці перебування або в момент споживання під час подорожі. Такі послуги можуть пропонуватися туристу під час придбання туру (їх включають до вартості туру) або підчас нього (тоді клієнт оплачує їх окремо), їх надають споживачеві за бажанням та згідно з його інтересами за додаткову плату. Це важлива стаття доходів туристичних фірм та готелів. Статистика свідчить, що багато туристів витрачають на додаткові послуги значно більше коштів, ніж на власне тур. Тому надання додаткових послуг — важлива складова технології туристичного бізнесу.



Можуть пропонувати туристу під час придбання туру або під час туру

Рис. 11.2. Основні та додаткові послуги, що входять у склад комплексу туристичних послуг

Окремо визначають готельні послуги, що становлять комплекс послуг, які надають клієнтам закладів гостинності. Серед готельних послуг також вирізняють основні та додаткові. Вони можуть бути платні та безоплатні. До основних (або обов'язкових) належать послуги проживання та харчування. Без додаткової оплати гостям надають такі послуги, як виклик невідкладної допомоги, користування медичною аптечкою, доставка в номер кореспонденції, розбудження на певний час, надання голок, ниток, кип'ятку, одного комплекту посуду та столових приборів. Є також комплекс додаткових послуг гостинності, реєстр яких може доповнюватися, змінюватися та диференціюватися залежно від величини готелю, його місцезнаходження та цільового призначення, рівня комфортності та ін. Найчастіше готелі пропонують клієнтам скористатися послугами закладів харчування (бару, ресторану, кав'ярні, буфету, коктейль-бару, фітобару), продуктового та сувенірного магазинів, торговельних автоматів. Провести вільний час та відпочити можна на дискотеці, в казино, нічному клубі, вар'єте, залах ґральних автоматів та відеоігор, більярдній та кегельбані. Для любителів активного відпочинку пропонують послуги сауни, лазні, масажної, басейнів (відкритих, критих, дитячих). До послуг клієнтів також спортзали, дитячі майданчики, міні-гольф, тренажерний зал, майданчики для гольфа, баскетболу, волейболу, настільний теніс, теніс, пляж на морському, озерному та річковому узбережжях, устаткування для водного та підводного видів спорту. Можна відвідати салон краси (SPA), перукарню, фітнес-центр, скористатися послугами медпункту, камери схову, сейфу в рецепції та номері, пунктами обміну валют, замовлення квитків (на літак, потяг, автобус, таксі тощо), пункту прокату автомобілів, послугами бюро подорожей та екскурсій, автостоянкою та парковкою авто, гаражем та ін. Діловим особам надають: зал нарад, концертний зал, бізнес-центр, копіювальний апарат, факс, місцевий та міжнародний мобільний зв’язок, інтернет, wi-fi.

У номерах гостям пропонують додатковий посуд, праску, телевізор, холодильник, кондиціонер або вентилятор, мікрохвильову піч тощо. Особливості готельних послуг полягають у тому, що їх можна оцінити тільки після надання, їх не можливо зберігати

чи консервувати. Попит на готельні послуги непостійний, залежить від низки факторів, у тому числі від сезону, потреб туристів тощо. Структуру комплексу готельних послуг зображено на рис. 11.3.

11.3. Зростання значення національного і міжнародного туристичного бізнесу

Міжнародний туризм — важлива складова зовнішньоекономічної діяльності кожної дерясави світу, водночас — це одна з найбільших і високодохідніших галузей світової економіки. У багатьох країнах міжнародний туризм є провідною галуззю економіки, надійним джерелом поповнення бюджету. При цьому іноземний туризм як важливе джерело валютних доходів держави і найвигідніша форма експорту послуг дає змогу успішно вирішити багато соціально-економічних питань у тих країнах, в яких успішно розвивається ця галузь. Частка доходів від загальної світової торгівлі туристичних послуг становить приблизно 7 %. При цьому в абсолютному вираженні вони поступаються тільки доходу від торгівлі на світовому ринку нафтою і нафтопродуктами, майже вдвічі перевищуючи дохід від торгівлі металовиробами, втричі — телерадіоапаратурою, зерном і газом.

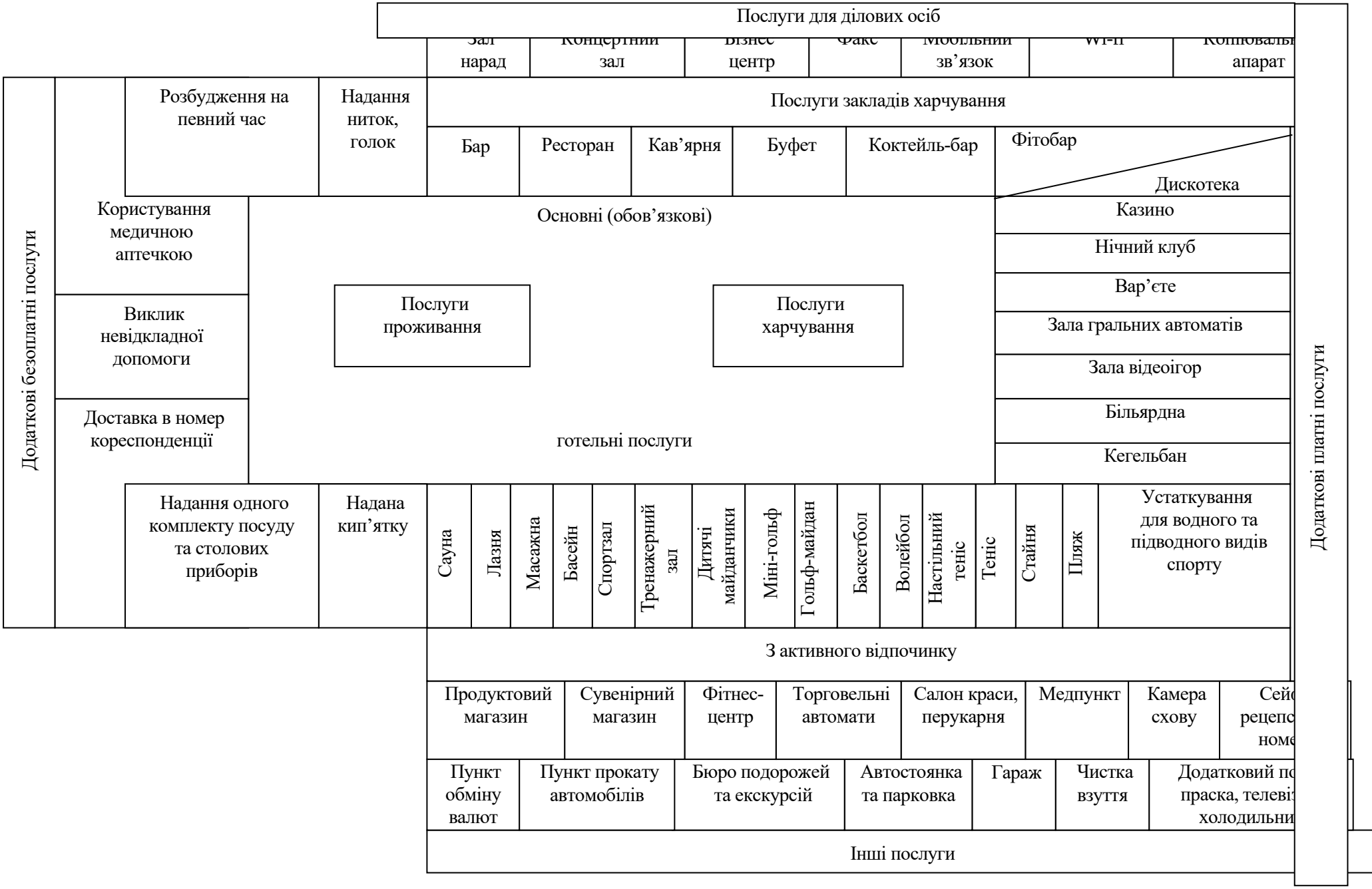

Додаткові безоплатні послуги
Додаткові платні послуги
Послуги для ділових осіб
Зал нарад
Концертний зал
Бізнес центр
Факс
Мобільний зв'язок
Wi-fi
Копіювальний апарат
Послуги закладів харчування
Бар
Ресторан
Кав'ярня
Буфет
Коктейль-бар
Фітобар
Дискотека
Казино
Нічний клуб
Вар'єте
Зала гральних автоматів
Зала відеоігор
Більярдна
Кегельбан
Основні (обов'язкові)
Послуги проживання
Послуги харчування
готельні послуги
Розбудження на певний час
Надання ниток, голок
Користування медичною аптечкою
Виклик невідкладної допомоги
Доставка в номер кореспонденції
Надання одного комплекту посуду та столових приборів
Надана кип'ятку
Сауна
Лазня
Масажна
Басейн
Спортзал
Тренажерний зал
Дитячі майданчики
Міні-гольф
Гольф-майдан
Баскетбол
Волейбол
Настільний теніс
Теніс
Стайня
Пляж
Устаткування для водного та підводного видів спорту
З активного відпочинку
Продуктовий магазин
Сувенірний магазин
Фітнес-центр
Торговельні автомати
Салон краси, перукарня
Медпункт
Камера схову
Пункт обміну валют
Пункт прокату автомобілів
Бюро подорожей та екскурсій
Автостоянка та парковка
Гараж
Чистка взуття
Інші послуги

Рис. 11.3. Структура комплексу готельних послуг

Отже, на початку XXI ст. міжнародний туризм набув усесвітнього значення, унаслідок чого утворився світовий туристичний ринок, у якому беруть участь усі країни світу. В середньому 55% всіх міжнародних туристичних поїздок припадає на Європу, 16% — на Азійсько-Тихоокеанський регіон, 15% — на США, 14% - на інші регіони. Головні чинники, що впливають на розвиток виїзного туризму в розвинених країнах, — економічні та соціальні, насамперед, збільшення особистих доходів громадян (потенційних туристів) вище меж, що є достатніми для задоволення необхідних потреб. До суб'єктивних причин належить діяльність державних органів, що регулюють порядок в'їзду/виїзду та перебування на території певної країни іноземних громадян. Розвиток іноземного туризму в країні, котра перевалено приймає туристів, зумовлений намаганням збільшити приплив іноземної валюти та створити нові робочі місця. Багато країн шляхом розвитку міжнародного туризму розв'язують проблеми платіжного балансу. За даними Світової туристичної організації (СТО) на туризм припадає 10,1 % валового світового продукту та 10,5 % робочих місць.

У результаті витрат іноземних туристів у країні перебування збільшуються доходи фірм, зайнятість у туристичному бізнесі (прямий або безпосередній ефект), також підвищується попит із боку туристичного сектору економіки на товари та послуги постачальників, що спричинює зростання доходів у всіх секторах економіки (опосередкований ефект), збільшуються особисті доходи населення, безпосередньо або опосередковано пов'язаного з туристичним бізнесом, що призводить до зростання споживчого попиту (вимушений ефект). Опосередкований та вимушений ефекти об'єднують у вторинний ефект розвитку туристичного бізнесу (рис. 11.4).

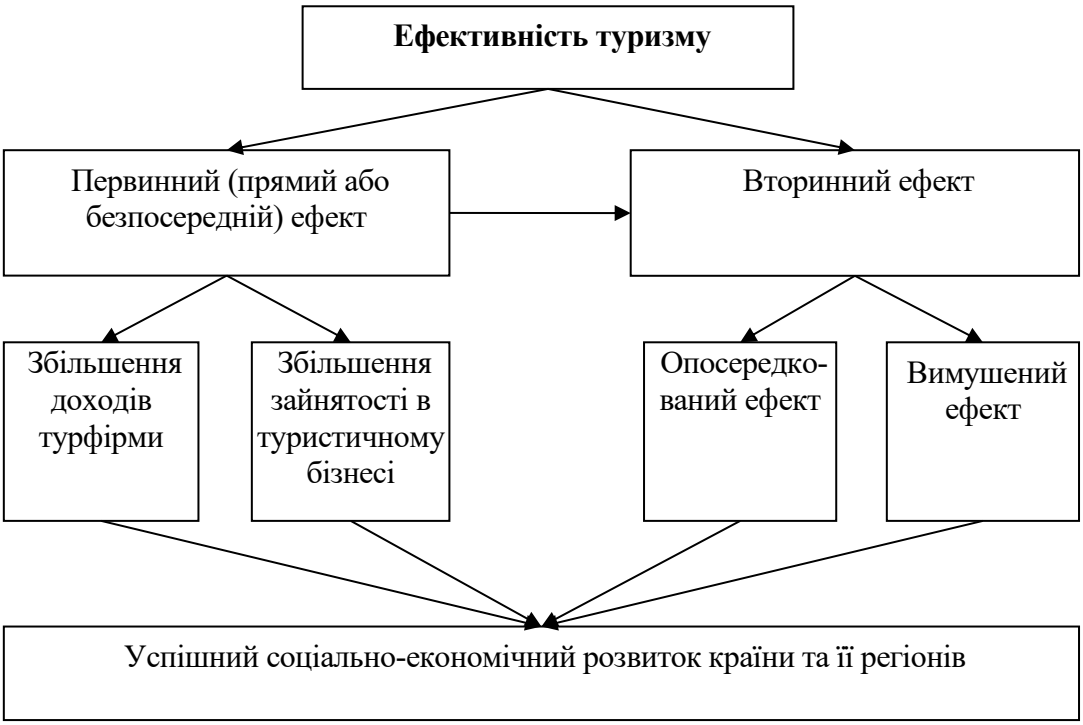


Рис.11.4. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток країни та її регіонів

Ці фактори зумовлюють бурхливий розвиток міжнародного туризму, на який припадає нині 30% світової торгівлі послугами, 7% світових інвестицій, 11% споживчих витрат, 5% — податкових надходжень. Про темпи розвитку міжнародного туризму у світі свідчить табл. 11.5, складена за даними UNWTO.

Таблиця 11.5. Темпи розвитку міжнародного туризму

Роки	**Чисельність туристів у світі, осіб**	**Валютні надходження від туризму**	
		разом, млрд. дол. США	**на одного туриста, дол. США**
1950	25 млн.	2,1 млрд.	84
1960	69 млн.	6,9 млрд.	100
1970	159 млн.	17,9 млрд.	112
1980	284 млн.	97,0 млрд.	341
1990	415 млн.	230 млрд.	550
2000	698 млн.	476 млрд.	680
2010	940 млн.	919 млрд.	977
2019	1,46 млрд.	1,481 трлн.	1014
2030 (прогноз)	1,8 млрд.	3,2 трлн.	1778
Динаміка за 2019-1950 рр., разів	58,4	705,0	12,1

Свої корективи у розвиток світового туризму внесла пандемія Covid-19 (2020-2021 рр.). Якщо до пандемії, у 2019 р., сектор подорожей та туризму (включно з його прямим,

непрямим та вимушеним впливом) створювали один із п’яти нових робочих місць, а також зосереджували 10,3 % зайнятих у світовому господарстві та 10,4% валового світового продукту (ВСП), то у 2022 р. на цей сектор прийшлося 7,6 % ВСП та 7,5% зайнятих. Згідно звіту Всесвітньої ради з подорожей та туризму (World Travel & Tourism Council, WTTC) вже 2022 р. витрати міжнародних туристів зросли на 82 %, але це все ще на 40% менше, ніж 2019 р. Причому найбільше зростання у 2022 р. у секторі подорожей та туризму відбулося на Середньому Сході (47%) та Європі (40,1%), але показники за вказаний рік ще не досягли рівня доковідного 2019 р.

За ступенем розвитку міжнародного туризму всі держави світу можна поділити на дві категорії: держави, що є постачальниками (генераторами) туристів, та держави, які приймають туристів (реципієнти). До країн-постачальників належать постіндустріальні країни, для яких характерний високий показник виїзду своїх громадян за кордон. Кількість виїжджаючих туристів, як правило, перевищує 10 % від загального населення країни. При цьому такі країни не тільки відправляють, а й приймають багато іноземних туристів. Це стосується, насамперед, США, Німеччини, Франції, Великої Британії, Італії, Австрії. Серед країн, які приймають туристів, вирізняють країни з середнім рівнем економічного розвитку (Іспанія, Португалія, Греція, Туреччина, Кіпр), а також країни, що розвиваються (Єгипет, Туніс, Марокко, Шрі-Ланка, Індонезія, Багамські острови тощо). З метою досягнення позитивного балансу між завезеними в країну грошима (в'їзний туризм) та грошима, що вивозяться (виїзний туризм), особливу увагу слід приділити залученню іноземних туристів, щоб якомога більше валюти у країну завозилося та витрачалося. Правильно продумана, динамічна та фахово здійснювана політика у сфері розвитку національного туризму приносить державі велику економічну користь.

11.4. Концептуальні основи логістики послуг

Логістика послуг, на відміну від логістики товарів, на сьогодні менше розвинута. Певні труднощі в розвитку вона зазнає у зв'язку зі специфікою послуг, як товару, та великою різноманітністю послуг, їх диференціацією, яка постійно поглиблюється. За таких умов доцільно зробити висновок, що логістика послуг теж характеризується різноманітністю та складністю. При цьому, якщо ринок послуг не подібний до ринку товарів, то логістика послуг теж повинна мати свою відмінну специфіку. Такого

висновку дійшли західні вчені-логістики, які виокремлюють *логістику товарних потоків,* або CRL (Commodity Response Logistics), та *логістику сервісних потоків,* або SRL (Service Response Logistics). У логістичній літературі визначають їх відмінності (див. табл. 11.7), але з них складно зрозуміти, як практично можна підійти до вивчення, аналізу та вдосконалення логістики кожного конкретного виду послуг. Ця проблема розв'язується, якщо звернутись до класичних видів потоків, які досліджують у логістиці, — матеріального (товарного), інформаційного, фінансового (в сукупності вони становлять інтегрований логістичний потік), — та простежити їхнє відображення в різних видах послуг. Відмінною ознакою логістики послуг є зміна положення зазначених вище потоків у різних галузях сфери послуг — у якості головного (основного) та допоміжних (обслуговуючих). Наприклад, у сфері туристичних послуг, як головний, виступає туристопотік, а обслуговуючими — інформаційні, фінансові, матеріальні (товарні) потоки; у сфері освітніх послуг головним є потік тих, хто навчається (учні, студенти), обслуговують його інформаційні, фінансові, кадрові, матеріальні потоки; у сфері торговельних послуг основний — потік покупців, обслуговуючі — товарні, інформаційні, фінансові, кадрові потоки; у сфері фінансових послуг місце головного займає фінансовий (грошовий) потік, обслуговуючими є інформаційні, матеріальні та кадрові потоки. Подібні приклади можна продовжувати, враховуючи різноманітність послуг. У результаті отримаємо "револьверний" принцип логістики послуг (див. рис. 11.5), який полягає в тому, що в кожній галузі сфери послуг виокремлюється головний потік та декілька допоміжних (обслуговуючих), при цьому головний потік і склад обслуговуючих змінюються залежно від кожної окремої галузі сфери послуг.

Таблиця 11.7. Відмінності логістики послуг (SRL) від логістики товарів (CRL)

CRL	SRL

Прогнозування обсягу продажу товарів. Постачання/закупівля. Планування виробництва. Внутрішнє транспортування. Управління запасами. Сканування товарів. Формування замовлень. Система дистрибуції. Контроль дистрибуції. Зовнішнє транспортування. Логістичне адміністрування	Прогнозування обсягу послуг. Наймання персоналу. Розклад роботи персоналу. Рух інформації. Управління потужностями сервісного устаткування. Зберігання інформації. Взаємодія з клієнтами. Планування сервісної мережі комунікацій. Контроль мереж і комунікацій. Надання інформації про послуги. Мережеве адміністрування

Ще одне важливе поняття логістики послуг — *логістичний потенціал* (ЛП). Слід розрізняти ЛП головного та допоміжних потоків, а також ЛП інфраструктурної бази галузей сфери послуг. Стосовно головного потоку ЛП визначають як його максимальну потужність (або проєктно). Також може бути прогнозна потужність головного потоку (визначається на основі маркетингових прогнозів на черговий рік) та фактична (як правило, менша за прогнозну через можливі форс-мажорні обставини). Отже, логістичний потенціал головного потоку в логістиці послуг виражається таким рівнянням (рис. 11.6):

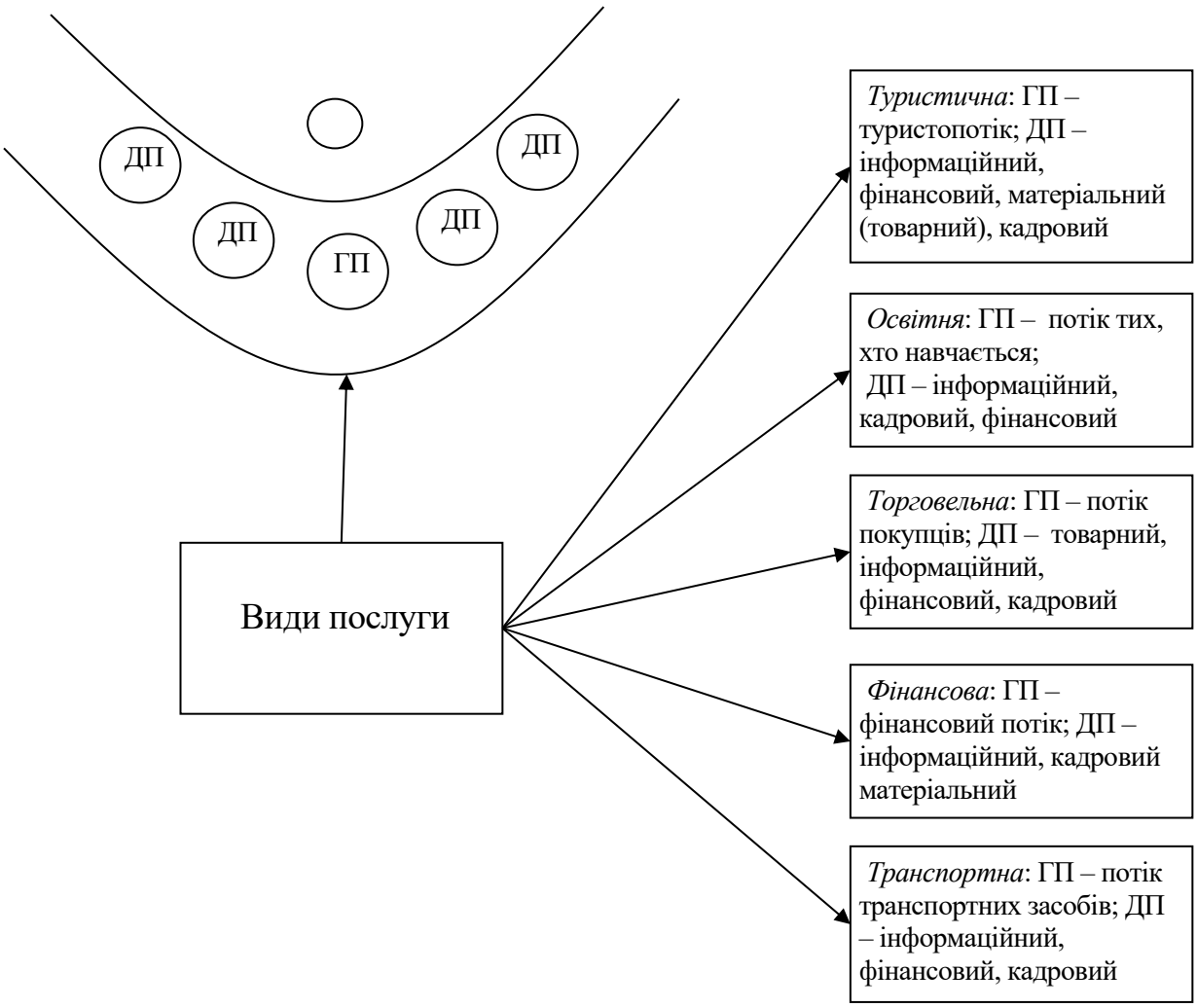


Рис.11.5. "Револьверний" принцип логістики послуг: ГП — головний потік**, ДП —** допоміжні (обслуговуючі) потоки

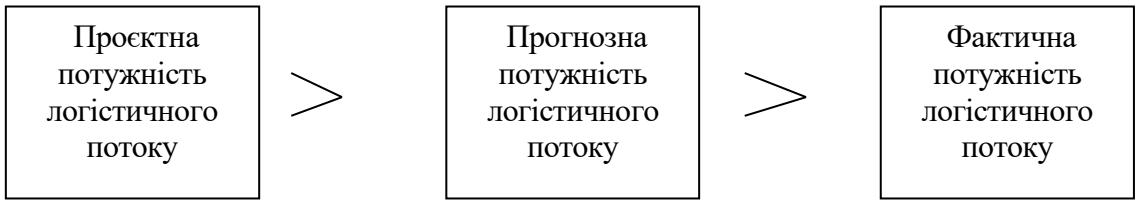


Рис. 11.6. Співвідношення проєктної, прогнозної та фактичної потужностей логістичного потоку

Логістичні потенціали допоміжних (обслуговуючих) потоків визначаються, як похідні від ЛП головного потоку (на підставі застосування відповідних нормативів) — також з виокремленням їх проєктної, прогнозної та фактичної потужностей.

Логістичний потенціал головного потоку слід співвідносити з логістичним потенціалом матеріально-технічної бази (інфраструктури) відповідної послуги.

Логістичний потенціал інфраструктури сфери послуг — пропускна спроможність матеріально-технічної бази, тобто здатність прийняти й ефективно обслужити головний потік, у тому числі шляхом підключення допоміжних (обслуговуючих) потоків. Залежно від співвідношення ЛП головного потоку (ЛП ГП) і ЛП приймаючої інфраструктури (ЛП ІС) певного виду послуг розрізняють три варіанти ситуації (рис. 11.7). Необхідною умовою ефективного функціонування логістичної системи сфери послуг (у тому числі кожної її галузі) є перевищення логістичного потенціалу інфраструктури (ЛП ІС) стосовно логістичного потенціалу головного потоку – ЛП ГП (тобто варіант 1). У разі варіанту 2 маємо ризиковий стан функціонування логістичної системи сфери послуг, яка може не витримати навіть незначного збільшення величини головного потоку. Тобто тут слід мати або передбачити можливість збільшення ЛП ІС за потреби.

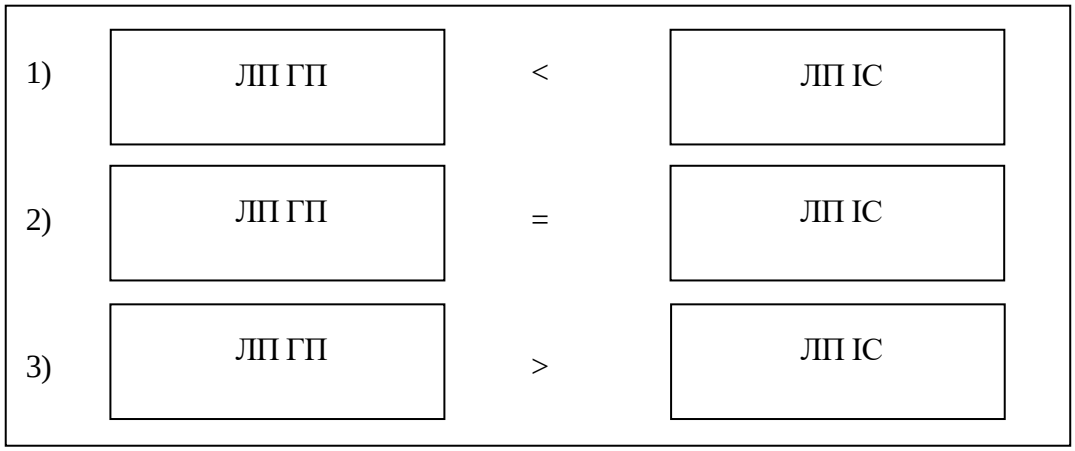


Рис. 11.7. Варіанти співвідношення логістичного потенціалу головного потоку (ЛП ГП) та логістичного потенціалу приймаючої інфраструктури (ЛП ІС) у сфері послуг

За варіанту 3 логістична система сфери послуг функціонуватиме неефективно, оскільки пропускна спроможність інфраструктури (ЛП ІС) не відповідає (менша) потужності головного потоку (ЛП ГП), що призводить до заторів на автошляхах (транспортні послуги), черг клієнтів (торговельні, медичні, сервісні, соціальні, фінансово-банківські послуги, послуги зв'язку та поштові), погіршення якості наданої послуги (туристичні, освітні). Отже, за такого варіанту слід здійснювати термінові заходи зі збільшення ЛП ІС. Логістичні схеми в галузях сфери послуг та їх характеристики наведені в табл. 11.8.

Таблиця 11.8. Логістичні схеми в галузях сфери послуг та їх характеристики (згідно з рис. 11.7)

Варіант логістичної схеми	Стан	Необхідні заходи
1	Задовільний	Передбачити можливість збільшення ЛП ІС на випадок форс-мажору
2	Ризикований	Мати або обов'язково передбачити можливість оперативних заходів зі збільшення ЛП ІС у разі потреби
3	Кризовий	Вкрай необхідні термінові заходи зі збільшення ЛП ІС або обмеження ЛП ГП

Рівняння, що відображає обов’язкову потребу перевищення логістичного потенціалу приймаючої інфраструктури (ЛП ІС) стосовно логістичного потенціалу головного потоку (ЛП ГП) в галузях сфери послуг можна назвати *логістичною моделлю сталого розвитку* (або ефективної діяльності) *галузей сфери послуг* (рис. 11.8). З моделі видно, що вказаного співвідношення обсягів відповідних логістичних потенціалів у сфері послуг можна дотриматися за допомогою інформації про параметри головного потоку, згідно з якими слід розширювати матеріально-технічну базу (створювати необхідну інфраструктуру). Можливі два варіанти такої моделі — гнучка та жорстка.

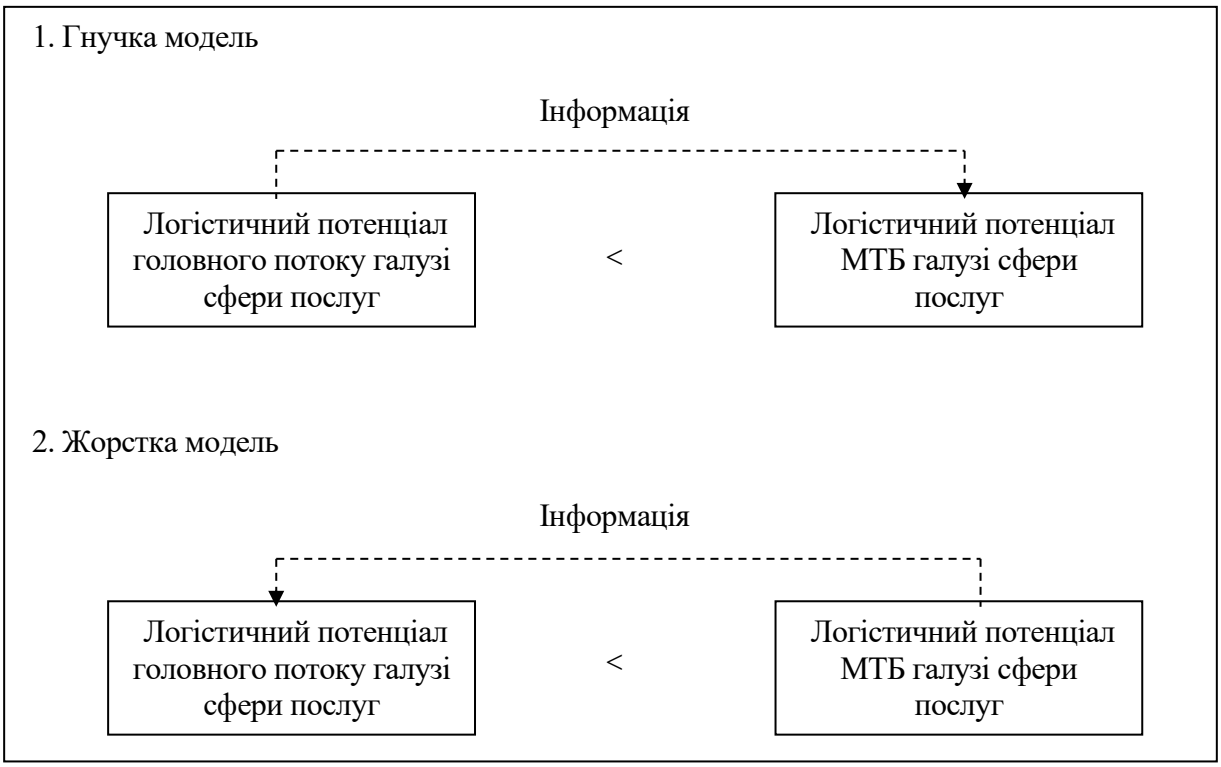


Рис.11.8. Логістична модель ефективної діяльності галузей сфери послуг

Перший варіант застосовують за умови, коли є можливість збільшити ЛП МТБ відповідно до ЛП ГП, який зростає. При цьому обмежень щодо обсягу ЛП ГП немає, у гнучкій моделі він є аргументом, натомість ЛП МТБ відіграє роль функції. Збільшити ЛП МТБ відповідно до обсягу ЛП ГП можливо шляхом: а) збільшення ЛП діючого об'єкту МТБ (його реконструкція); б) збільшення кількості об'єктів МТБ за того самого ЛП об'єкту (створення нових об'єктів — клонів діючого).

Жорстку модель використовують за умови, коли немає можливостей збільшити ЛП МТБ відповідно до ЛП ГП, що зростає. У цьому разі з'являється вимога (інформація) щодо обмеження величини ЛП ГП; роль аргументу в такій моделі відіграє ЛП МТБ, а ЛП ГП залишається роль функції. ЛП ГП можна зменшити шляхом запровадження таких обмежень: а) величини (обсягу) ГП (регулюється загальна кількість елементів, що становлять потік); б) інтенсивності ГП (регулюється кількість елементів потоку за одиницю часу, тобто швидкість руху потоку); в) щільності ГП (регулюється кількість елементів потоку, що припадає на одиницю площі); г) часу (періоду) проходження ГП (регулюється час або період, коли дозволяється проходження ГП).

Такі обмеження можуть мати тимчасовий або постійний характер. При цьому останній вид обмежень ЛП ГП з наведених вище потребує особливо уважного ставлення й обґрунтування, інакше він, своєю чергою, гальмуватиме вільний рух ГП і зумовить виникнення "тромбів" під час надання послуг (наприклад, затори на автошляхах або черги клієнтів). Порівняльну характеристику гнучкої та жорсткої логістичних моделей ефективної діяльності галузей сфери послуг наведено в табл. 11.9.

Таблиця 11.9. Порівняльна характеристика гнучкої та жорсткої логістичних моделей ефективної діяльності галузей сфери послуг

Модель	Умови застосування	Вимога щодо обмеження ЛП ГП	Елемент моделі, що регулюється	Способи регулювання з метою забезпечення ефективної діяльності в галузях муніципальної сфери
Гнучка	Є можливості збільшення ЛП МТБ відповідно	Немає	ЛП МТБ	Збільшити ЛП діючого об'єкта МТБ (реконструкція).

	до ЛП ГП, який зростає			Збільшити кількість об'єктів МТБ із тим самим ЛП (їх клонування шляхом нового будівництва)
Жорстка	Немає можливостей збільшення ЛП МТБ відповідно до ЛП ГП, що збільшується	Є	ЛП ГП	Обмежити величину (обсяг) ГП. Обмежити інтенсивність ГП. Обмежити щільність ГП. Обмежити час проходження ГП

Щодо туризму та сфери гостинності, то тут доцільно використовувати виключно жорстку логістичну модель, оскільки, по-перше, щодо туризму це пояснюється обмеженістю усіх туристичних ресурсів, які не можуть безмежно приймати туристичні потоки, тим більше, що для останніх характерним є просторова концентрація (локалізація) на деяких небагатьох ділянках земної поверхні (туристичних дестинаціях) з найкращим поєднанням наявних туристичних ресурсів, туристичної інфраструктури, умов відпочинку, у т.ч. фінансовому сенсі; по-друге, щодо сфери гостинності пояснення такої вимоги полягає у обмеженості номерного фонду та числа місць проживання у готелях та посадкових місць у ресторанах та інших закладах громадського харчування.

Завдання та запитання для самоконтролю

1. Що об'єднує різні види трудової діяльності з надання послуг?
2. За якими загальними характерними ознаками відрізняють послугу як товар?
3. Охарактеризуйте класифікацію послуг за К. Лавлоком.
4. Розкрийте сутність матриці сегментації послуг.
5. Як послуги поділяють за ознакою мобільності продавця і покупця (або виробника і споживача)?
6. Як поділяються послуги у сфері туристично-екскурсійного обслуговування?
7. Які туристичні послуги належать до основних, а які — до додаткових?
8. Які готельні послуги належать до основних та додаткових?
9. Які послуги в готелях пропонуються гостям без додаткової оплати?
10. Яким доходам на світовому ринку поступаються доходи від міжнародного туризму?
11. Визначте відмінності логістики товарних потоків та логістики потоків послуг.
12. У чому полягає сутність "револьверного" принципу логістики послуг?
13. Що таке логістичний потенціал головного потоку у сфері послуг?
14. Назвіть необхідну умову ефективного функціонування логістичної системи сфери послуг.
15. Охарактеризуйте гнучку і жорстку логістичні моделі в діяльності галузі сфери послуг.

Розділ 12. Теоретичні засади логістики туризму

12.1. Комплексна структура логістики туризму

Комплексна структура логістики туризму охоплює її компонентну, регіональну та функціональну структури (рис. 12.1). До компонентної структури належать: 1) логістика

рекреаційно-туристичних ресурсів (ресурсної бази туризму); 2) логістика матеріально-технічної бази туризму, у тому числі логістика сфер розміщення туристів (готельного господарства) та харчування (ресторанного господарства); 3) логістика інформаційної інфраструктури (інформаційна логістика в туризмі); 4) логістика транспортної інфраструктури туризму (логістика туристичних перевезень); 5) логістика екскурсійного обслуговування; 6) логістика супутніх послуг у туризмі; 7) логістика виробництва та збуту туристичних товарів.

Регіональна структура логістики туризму відображає її регіональні (геопросторові) системи шести рівнів: 1) локального (логістика туру); 2)мікрорівня (логістика турфірми); 3) мезорівня (логістика туристичної та курортної зон, туристичного району); 4) макрорівня (логістика туристичної галузі країни); 5) мегарівня (логістика туристичних макрорегіонів світу); 6) метарівня (логістика світового туризму).

Цілі та завдання логістики туризму на різних регіональних рівнях різні. Якщо впровадження логістичних засад в управління турфірмою (мікрорівень) дає змогу скоротити витрати і таким чином підвищити ефективність діяльності туристичного підприємства та збільшити його прибуток, то застосування логістичних підходів на вищих таксономічних рівнях (мезо, макро) дає можливість забезпечити сталий розвиток туристичного бізнесу в межах туристично-рекреаційної зони, області, країни. На мега- та метарівнях регіональних логістичних систем туризму розглядають проблеми сталого розвитку туристичної галузі в масштабі туристичних макрорегіонів світу, які виділяє Світова туристична організація, та глобальні питання збалансованого розвитку туристичної індустрії.



Рис. 12.1. Комплексна структура логістики в туризмі

* За даними Світової туристичної організації вирізняють п’ять туристичних макрорегіонів світу: Європейський, Американський, Азійсько-Тихоокеанський, Африканський, Близькосхідний.

Функціональна структура логістики туризму охоплює такі традиційні складові, як логістика постачання, логістика виробництва та збуту. Як видно з рис. 12.1, вони стосуються всіх складових як компонентних, так і регіональних систем логістики туризму. Детальніше про сутність та особливості компонентних, регіональних і функціональних систем йтиметься в наступних розділах.

12.2. Туристопотік, як головний об'єкт дослідження логістики туризму

Особливість логістики туризму, як галузі сфери послуг, полягає у визначенні потоку туристів головним об'єктом вивчення. Це пояснюється тим, що подорожі

належать до тих видів послуг, в яких споживач переміщується до виробника, а не виробник із його товаром — до споживача (див. табл. 12.4). Остання ситуація характерна, зокрема, для торгівлі споживчими товарами, коли попит і споживання територіально збігаються, на відміну від територіальної локалізації виробництва. Тому метою логістичної системи збуту у випадку торгівлі є доставка товару виробника до місць попиту і споживання. Стосовно туризму, то територіально сконцентрованими і таким чином, що територіально збігаються, є процеси виробництва послуг та їх споживання, а процес попиту вважають територіально дисперсним. Тому система збуту турпродукту неодмінно передбачає процес переміщення споживачів (туристів) з регіонів попиту в місця виробництва і споживання туристичної послуги. Саме тому туристопотік є головним об'єктом дослідження в логістиці туризму.

Слід розрізняти *потоки клієнтів* (у місцях попиту та реалізації туристичних послуг) і *потоки туристів* (до місця споживання туристичної послуги та власне в них). "Перетворює" клієнта на туриста турфірма (рис. 12.2). Отже, виокремлюють потоки клієнтів та туристопотоки.

Оскільки перші детально розглядають у курсі туристичного маркетингу, але водночас вони цікавлять і логістику туризму (як потокові явища), то, на нашу думку, слід виокремити розділ "Маркетингова логістика в туризмі", котрий можна вивчати, як напрям дисципліни "Маркетинг у туризмі", а також в логістиці туризму. У процесі практики встановлюють, який підхід доцільніший.

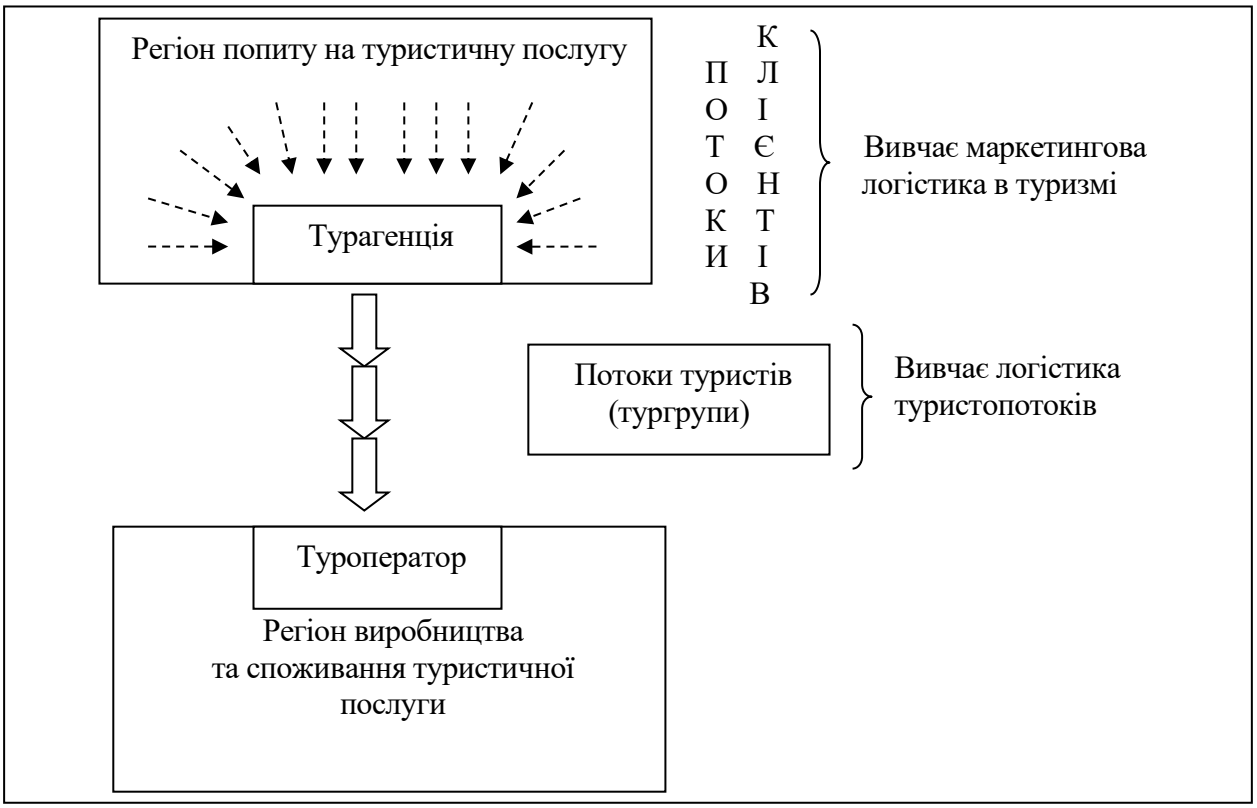


Рис. 12.2. Потоки клієнтів та потоки туристів у логістиці туризму

У логістиці туристопотоків, у свою чергу, розглядають: 1) потоки організованих туристів, а саме: потоки туристичних груп та одиночних туристів (так званий VIP-туризм); 2) потоки неорганізованих ("диких") туристів, які теж створюють навантаження на рекреаційно-туристичні ресурси місць відпочинку. Отже, в логістиці туризму потрібно враховувати і вивчати у складі головного потоку туристів:

а) потоки клієнтів (потенційних туристів);

б) потоки організованих туристів;

в) потоки самодіяльних ("диких") туристів (що дуже важко у зв'язку з браком будь-якої статистики).

При цьому основним об'єктом логістики туризму є потоки організованих туристів. З'ясуємо, в чому полягає сутність поняття "організований турист".

Турист (згідно з новою редакцією Закону України "Про туризм") — це особа, яка здійснює подорож по Україні або інших країнах із незабороненою законом країни перебування метою на термін від 24 год до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну в указаний термін.

Отже, головними критеріями, що визначають громадянина, як туриста є:

1) термін подорожі (від 24 год до одного року);

2) неоплачувана діяльність (турист не заробляє гроші, він їх витрачає);

3) зобов'язання залишити країну або місце перебування в конкретний термін.

Інші громадяни, які не відповідають цим вимогам, але перебувають у подорожі, належать до мандрівників (їх логістика туризму не враховує).

Але у Законі "Про туризм" також йдеться про мандрівників, які здійснюють подорож протягом 24 год та яких називають *одноденними відвідувачами.* Це відвідувач, термін перебування якого в місці відпочинку становить менше ніж 24 год, і при цьому не передбачено жодної ночівлі в місці відвідування. До них належать: екскурсанти; пасажири, які перебувають у круїзі (особи, котрі прибувають у країну на круїзних кораблях і ночують на судні, вони можуть здійснювати екскурсії на березі); екіпажі транспортних засобів, члени яких є іноземцями і перебувають у певній країні протягом дня; транзитні відвідувачі, котрі не зупиняються на ночівлю і прямують територією певної країни до свого місця призначення в іншу країну. Потоки одноденних відвідувачів логістика туризму враховує у складі головного потоку, оскільки вони впливають на споживання рекреаційно-туристичних ресурсів.

У складі туристопотоку вирізняють такі *категорії туристів* та відповідні потоки:

1) внутрішній туризм — відвідувач — резидент, який здійснює подорож у межах власної країни, але за межі свого звичайного середовища; це особа, котра подорожує в межах України та має в ній постійне місце проживання;

2) іноземний (в'їзний) турист — відвідувач-нерезидент (стосовно країни перебування); ним є особа, котра подорожує в межах України, але не проживає в ній постійно;

3) зарубіжний (виїзний) турист — відвідувач-резидент, що здійснює поїздку за межами своєї країни, тобто особа, яка подорожує за межами митної території України, але постійно проживає в ній;

4) транзитний відвідувач — особа, котра зупиняється в певній місцевості або країні під час руху до місця призначення (термін зупинки більше 24 год).

Сутність поняття *"туристопотік"* визначають як перманентне прибуття туристів у країну або регіон. Для нього характерні такі ознаки:

- загальна чисельність туристів (у тому числі організованих і самодіяльних) за певний період (місяць, рік);

- кількість туро-днів (кількість ночівель або ліжко-днів);

- середня тривалість перебування туристів у країні, регіоні.

До основних показників туристопотоку належать: кількість прибуттів (вибуттів) і тривалість перебування. Під поняттям кількості прибуттів (вибуттів) розуміють чисельність зареєстрованих туристів, які прибули до певної країни (або вибули з неї) упродовж певного періоду, звичайно, за календарний рік. Оскільки турист протягом року і навіть під час однієї поїздки може відвідати різні держави, та кількість прибуттів перевищує фактичну чисельність туристів. Окрім абсолютних показників туристопотоків використовують показник кількості прибуттів (вибуттів) на 1 тис. населення (відносний показник туристопотоку).

Тривалість перебування визначають у ночівлях для туристів і годинах для відвідувачів. Ночівля — одна доба, проведена одним туристом у певній країні або місці призначення. Тривалість перебування всіх туристів у країні протягом певного періоду (тобто загальна кількість ночівель) розраховують як добуток кількості туристичних прибуттів на середню тривалість перебування одного туриста в країні. Для обчислення використовують формулу:

$$T = V \cdot D ,$$

де T - кількість туро-днів; V - кількість туристів; D - середня тривалість перебування одного туриста в країні.

Залежно від *тривалості перебування* (кількості ночівель) розрізняють такі *поїздки:*

- короткотривалі (1—3 ночівлі), їх здійснюють для відпочинку і розваг у вихідні та святкові дні (уїк-ендові тури), а також з діловою метою;

- короткотривалі (4—7 ночівель), що передбачають поїздки з різними мотивами;

- середньотривалі (8—28 ночівель) — тривала відпустка, головним чином для відпочинку;

- довготривалі (29—91 ночівля та 92—365 ночівель), використовуються для відпочинку, розваг або лікування, а також для круїзних поїздок, ділового та професійного туризму.

Отже, на відміну від статистики прибуттів, коли визначають обсяг туристопотоків, статистика тривалості перебування характеризує туристичні подорожі.

Для туристичного потоку притаманна нерівномірність, що показує коефіцієнт нерівномірності. Для його розрахунку застосовують такі формули:

$Кн_1 = \frac{D_{max}}{D\min} \cdot 100\ \%$; $Кн_2 = \frac{D_{max}}{Dрік} \cdot 100\ \%$;

$Кн_3 = \frac{D_{max}}{Dсм} \cdot 100\ \%$; $D_{см} = \frac{Dрік}{12}$,

де $Кн_1$, $Кн_2$, $Кн_3$ — коефіцієнти нерівномірності туристопотоку; D_{max} — кількість туро-днів у місяці максимального туристопотоку, людино-днів; D_{min} — кількість туро-днів у місяці мінімального туристопотоку, людино-днів; $D_{рік}$ — річна кількість туро-днів, людино-днів; $D_{см}$ — середньомісячна кількість туро-днів, людино-днів.

12.3. Характеристика обслуговуючих потоків у логістиці туризму

До допоміжних (обслуговуючих) потоків, що обслуговують головний туристопотік, у логістиці туризму належать інформаційний, фінансовий, матеріальний (товарний) і кадровий.

Інформаційний потік — це сукупність повідомлень, які циркулюють як усередині логістичних систем туризму, так і між ними та зовнішнім бізнес-середовищем, і потрібні для управління та контролю логістичних систем. Для інформаційних потоків загалом, і в туризмі зокрема, характерні такі показники, як джерело виникнення, напрямок руху, швидкість обробки інформації, інтенсивність потоку. Вимірюється інформаційний потік кількістю інформації, що обробляється або надається за одиницю часу (у бітах та байтах). Є класифікація інформаційних потоків за сімома ознаками (рис. 12.3):

1) відношенням до логістичних функцій: а) елементарні; б) комплексні; в) ключові; г) базисні;

2) відношенням до логістичних систем: а) внутрішні, зовнішні; б) горизонтальні, вертикальні; в) вхідні, вихідні;

3) видами носія інформації: а) паперові; б) електронні;

4) часом і періодичністю надання інформації: а) регулярні (стаціонарні); б) періодичні; в) оперативні;

5) ступенем відкритості та значущості інформації: а) відкриті; б) закриті; в) комерційні; г) секретні (конфіденційні); д) прості; е) рекомендовані.

6) призначенням інформації: а) директивні (керувальні); б) нормативно-довідкові; в) допоміжні;

7) способом надання: а) кур'єрські; б) поштові; в) телеграфні, телефонні, телетайпні; г) радіотелевізійні; д) електронно-поштові; е) факсимільні; є) телекомунікаційні.

Фінансовий потік у логістиці туризму розглядають, як керований рух фінансових засобів, що функціонують у логістичних системах туризму, а також між ними та зовнішнім бізнес-середовищем. Головним джерелом фінансування логістичних систем туризму є кошти туристів, якими вони насамперед оплачують поїздку. В найпростішому випадку кожному туристопотоку відповідає певний випереджуючий фінансовий потік, який має той самий напрям. Іноді можливе запізнення фінансового потоку (продаж путівок у кредит). Основна мета фінансового обслуговування туристопотоку полягає у завчасній оплаті надання всіх необхідних послуг туристам у кожному пункті подорожі (маршруту), згідно з придбаними путівками.

До класифікації фінансових потоків у логістиці туризму використовують сім ознак (рис. 12.4):

1) відношення до логістичної системи: а) зовнішні; б) внутрішні;

2) напрям руху: а) вхідні; б) вихідні;

3) призначення: а) сфери постачання; б) сфери збуту; в) інвестиційні; г) з формування витрат у процесі виробництва; д) з відтворення робочої сили;

4) способи перенесення авансованої вартості: а) супутні руху основним фондам; б) зумовлені рухом обігових коштів;

5) форма розрахунку: а) готівкові (валютні, гривневі); б) інформаційно-фінансові; в) обліково-фінансові;

6) види господарських зв'язків: а) горизонтальні; б) вертикальні;

7) джерела отримання: а) власні; б) запозичені.

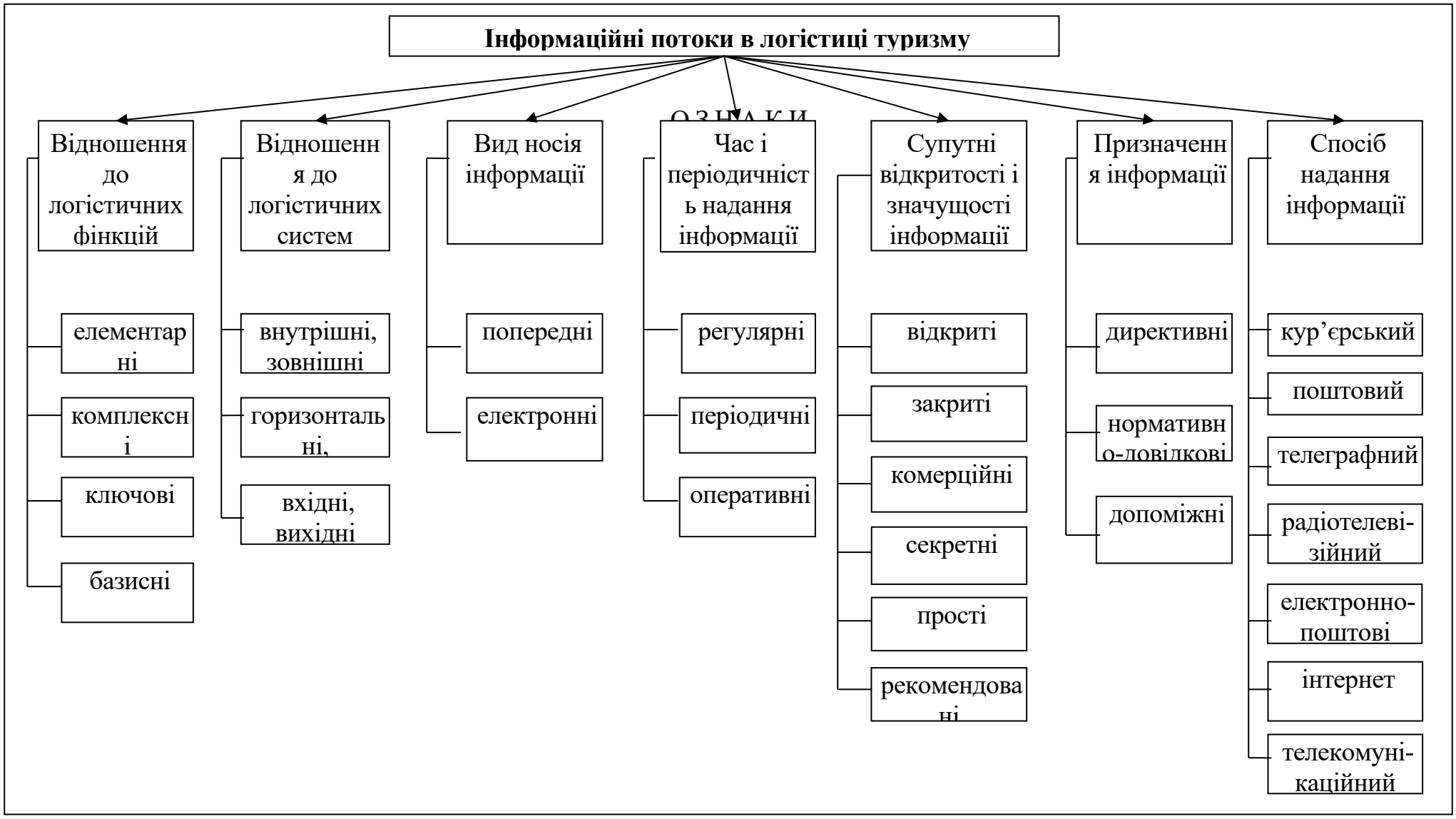


Рис.12.3. Класифікація інформаційних потоків у логістиці туризму



Рис. 12.4. Класифікація фінансових потоків у логістиці туризму

Метою *матеріального (товарного) потоку* в логістиці туризму є забезпечення потреб як туристів, так і організацій у необхідних продовольчих і непродовольчих товарах (туристичні, готельні заклади та установи громадського харчування), різноманітному устаткуванні (офісне — для турфірм, холодильне — для ресторанів, побутове — для готелів тощо), змінних матеріалах (готелі, ресторани) тощо.

Формою функціонування матеріального потоку визначають вантажний потік, вантажообіг складу. Матеріальний потік визначається як продукція, що розглядають у процесі застосування до неї певних логістичних операцій (транспортування, складування тощо), вона належить до певного часового проміжку. Матеріальний потік має розмірність "обсяг (кількість) / час". Матеріальний потік, що належить до певного моменту часу, називають *матеріальним запасом.* Так, вантажний потік на певний час — це "запас у дорозі". Для матеріальних потоків властива значна різноманітність, що враховано в їхній класифікації за шістьма ознаками (рис. 12.5):

1) відношення до логістичної системи: а) внутрішні, зовнішні; б) вхідні, вихідні;

2) натурально-речовий склад: одноасортиментні та багато- асортиментні;

3) кількість вантажів, що утворюють потік: а) масові; б) великі; в) середні; г) малі;

4) питома вага вантажів: а) важковагові; б) легковагові;

5) ступінь сумісності: сумісні; несумісні;

6) консистенція: а) насипні; б) навальні; в) тарно-штучні; г) наливні.

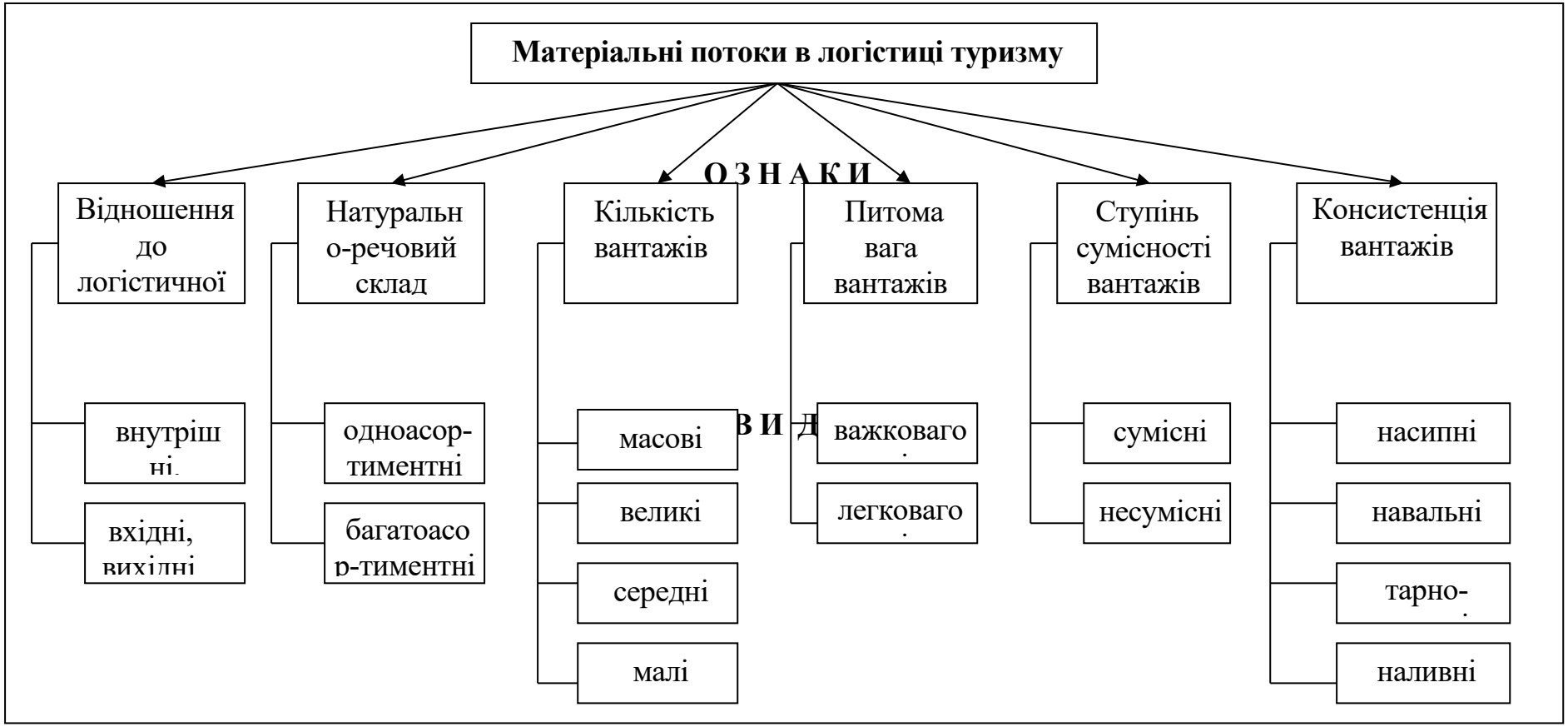


Рис.12.5. Класифікація матеріальних потоків у логістиці туризму

Матеріальні потоки характеризуються показниками динаміки та структури. До перших належать інтенсивність, детермінованість, ритмічність, рівномірність. Інтенсивність матеріального потоку — відношення його обсягу (в натуральному чи вартісному вираженні) до певної часової одиниці (рік, місяць, доба, година). Детермінованість визначає товарну і часову конкретність матеріального потоку (певний товар має надходити до певного споживача на певний час у певному обсязі). Кількісним показником детермінованості є середній час затримки поставок товару, порівняно з нормативом. Ритмічність означає отримання товарів точно у визначені терміни, встановлені договором поставки між юридичними особами — постачальником і споживачем. Рівномірність матеріального потоку — це надходження товару однаковими партіями через рівні проміжки часу. Порушення ритмічності призводить до затоварювання або дефіциту певного товару, збільшення логістичних витрат. Розрізняють структуру матеріальних потоків: товарно-асортиментну та географічну.

12.4. Базові поняття логістики туризму

До *базових понять* логістики туризму, як складової логістики послуг, належать: *логістичний потенціал рекреаційно-туристичних ресурсів* (ЛП РТР), *логістичний потенціал матеріально-технічної бази туризму* (ЛП МТБ), *логістичний потенціал вхідного туристичного потоку в регіон* (країну) (ЛП ТП). Спільний для всіх трьох понять вираз "логістичний потенціал" (тобто максимально допустимий потік туристів) вказує на наскрізний туристопотік, що надходить на МТБ туризму, а потім на рекреаційно-туристичний ресурс (об'єкт) з метою споживання наданого турпродукту (рис. 12.6).

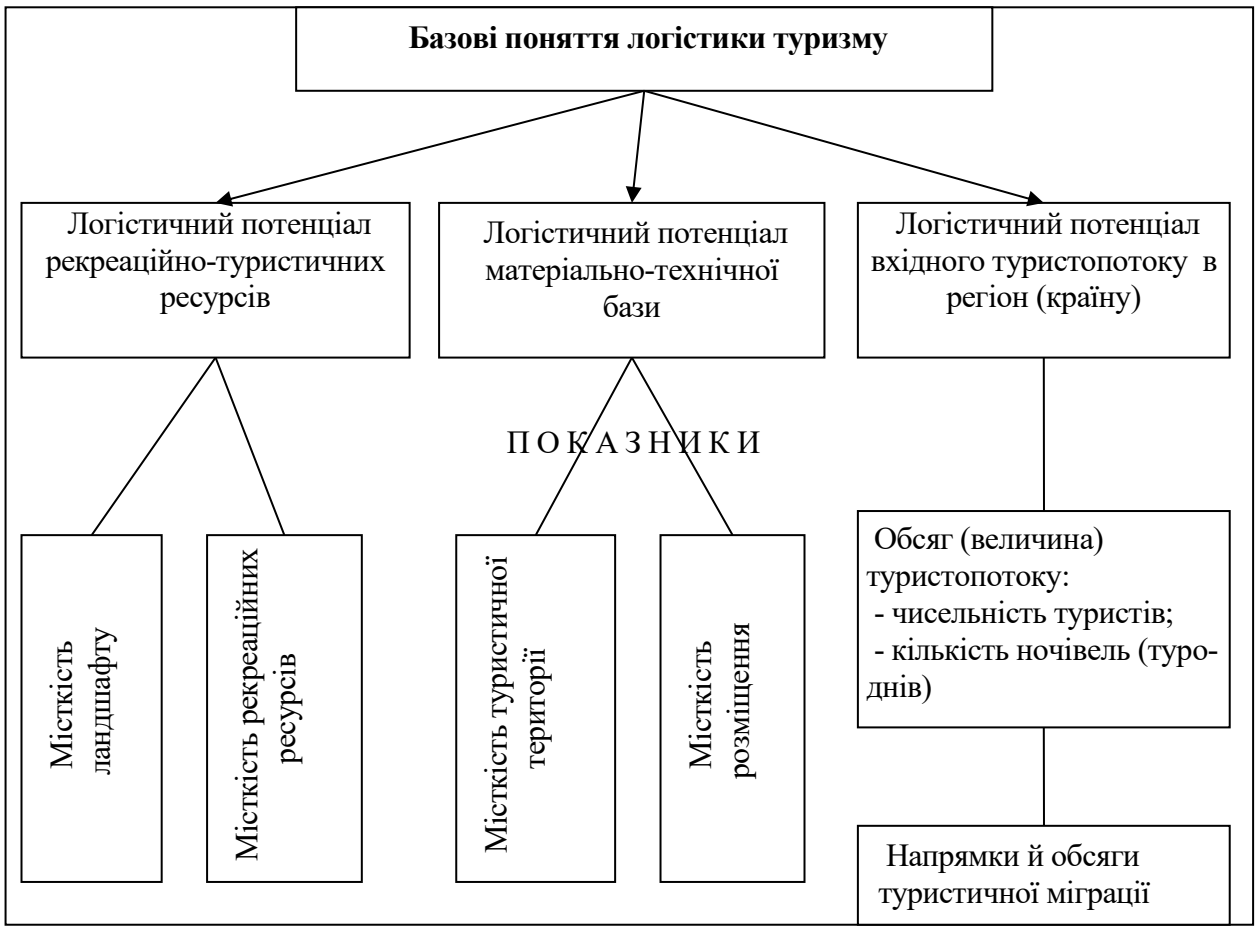


Рис.12.6. Базові поняття логістики туризму та їх показники

Для ЛП РТР характерні такі показники, як місткість ландшафту та місткість рекреаційних ресурсів. Місткість ландшафту — це показник здатності ландшафту забезпечити умови для нормальної життєдіяльності певної кількості живих організмів. Місткість рекреаційних ресурсів — важливий норматив навантаження туристичних потоків у системі природних комплексів. Він тісно пов'язаний із рекреаційним навантаженням та величиною рекреаційних ресурсів. Наприклад, норматив максимального навантаження для соснового лісу становить 7 осіб/на день на 1 га; ялинкового з чорницею — 15, березового — 30. Ігнорування меж допустимої місткості рекреаційних ресурсів зумовлює істотне зниження їх цінності в системі відпочинку та туризму, унаслідок чого вони виснажуються.

До складу ЛП МТБ входять такі показники: місткість туристичної території та місткість розміщення. Місткість туристичної території — це обсяг бази ночівлі (кількість місць для ночівлі) або підприємств громадського харчування (число посадкових місць або страв, що видаються) та супутньої бази (кількість місць або площа),

що визначає максимальну чисельність туристів, які одночасно можуть користуватися окремими об'єктами, не зумовлюючи при цьому зменшення кількості та рівня туристичних послуг. Місткість розміщення — показник здатності готелю здійснювати розширене відтворення на базі наявних ресурсів шляхом їх інтенсивнішого використання без додаткових капіталовкладень.

Головним показником ЛП ТП є обсяг (величина) туристичного потоку, тобто чисельність туристів, які подорожують у ті або інші регіони протягом певного часу. Туристичний потік — важливий показник напрямку й обсягу туристичної міграції. Дослідження туристопотоку дає змогу визначити величину та сезонні коливання туристичної міграції; виявити найпопулярніші туристичні регіони; аналізувати соціально-демографічний склад туристів; прогнозувати розвиток туризму. Облік туристичного потоку здійснюють шляхом підрахування чисельності (прибуттів) туристів у межах певної територіальної одиниці (держава, область, регіон, населений пункт). Також туристопотік визначають за кількістю ночівель туристів або туро-днів. *Туро-день* — це одна доба, проведена одним туристом у певній місцевості або країні. Дані для обчислення туристопотоку беруть із даних прикордонної реєстрації (для в'їзного та виїзного туризму) та обліку кількості ночівель у місцях розміщення.

Запитання та завдання для самоконтролю

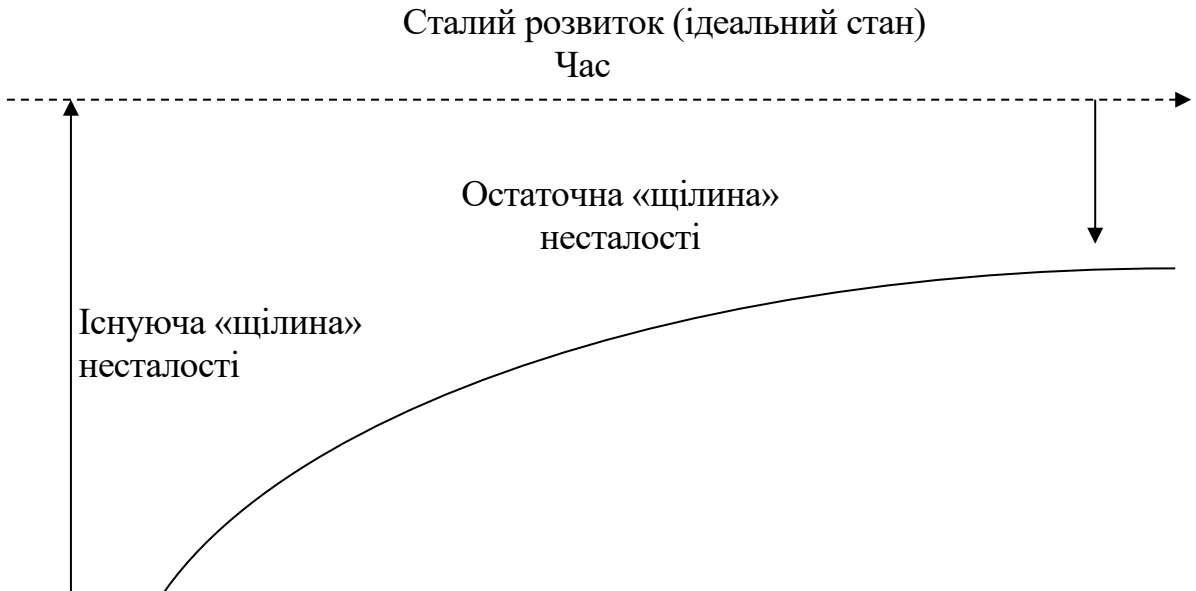
1. З чого складається функціональна структура логістики туризму?
2. Що є головним об'єктом дослідження логістики туризму?
3. Що вивчає маркетингова логістика в туризмі?
4. Що досліджує логістика туристопотоків?
5. Як тлумачать термін "турист" у новій редакції Закону України "Про туризм"?
6. Визначте основні показники туристопотоку.
7. Наведіть класифікацію інформаційних потоків у логістиці туризму.
8. Розкрийте класифікацію фінансових потоків.
9. Охарактеризуйте класифікацію матеріальних потоків.
10. З'ясуйте базові поняття логістики туризму.
11. Які показники характерні для логістичного потенціалу матеріально-технічної бази туризму?

Розділ 13. Логістичні основи сталого розвитку туризму

13.1. Концепція сталого розвитку туризму

Концептуальні основи сталого розвитку започаткував наш співвітчизник В.І. Вернадський, який розглядав теорію сталого розвитку, як учення про ноосферу —стадію еволюції біосфери Землі, на якій в результаті перемоги колективного людського розуму

почнеться гармонійний розвиток і людини як особистості, і об'єднаного суспільства, і відповідно зміненого людиною навколишнього середовища. Важливу роль у розробці та реалізації концепції сталого розвитку відіграли Конференція ООН у Ріо-де-Жанейро (1992), на якій прийняли "Порядок денний на XXI століття", та Йоганнесбурзький саміт, що відбувся 2002 р. у ПАР. Ратифіковані на міжнародному рівні документи визначили сталий розвиток (*Sustainable Development*— англ.) як соціоеколого-економічпий розвиток сучасного покоління, який не загрожує діяльності прийдешніх поколінь. На жаль, відповідь на запитання "як можна зробити процеси сталими і щоб вони постійно тривали?" не є очевидною та однозначною, у чому і полягає одне з головних обмежень сталого (або стійкого чи збалансованого) розвитку. В загальному вигляді процес переходу до сталого розвитку можна розглядати, як рух від певного стану несталості до деякого ідеального стану, що називається "*сталим розвитком"* (рис. 13.1). Неможливість привести у відповідність розвиток людства й уявлення про те, яким він має бути, зумовлено тим, що: 1) ідеальні величини — абстракція, котру використовують у всіх науках, як один із методичних підходів для дослідження, але не спостерігають у повсякденному житті; 2) поки що не має чітких параметрів вимірювання "ідеального сталого розвитку", отже, існуючу "щілину" несталості неможливо визначити, або розрахувати; 3) розвиток людства неодмінно приведе до змін технологій, рівня та умов життя, інших складових розвитку, що змінить уявлення людства про сталий розвиток; 4) розвиток людства продовжуватиме впливати на навколишнє природне середовище; 5) багато з цих змін незворотні, їх не можна передбачити, що також зумовлює існування щілини між реальним розвитком та його бажаним станом.



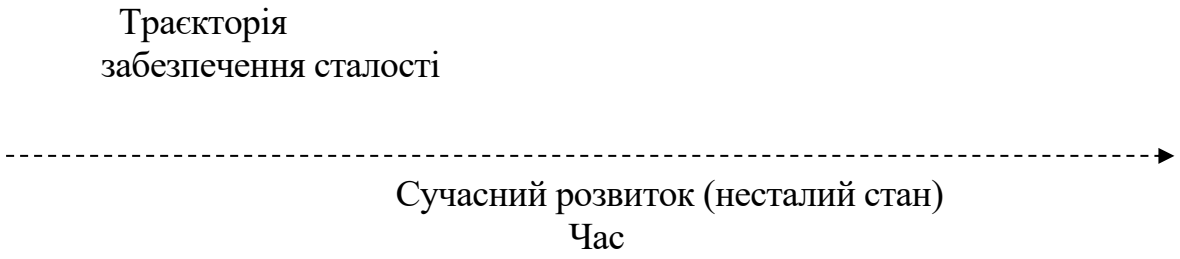


Рис. 13.1. Траєкторія руху до сталого розвитку

Розглядаючи можливості імплементації постулатів сталого розвитку, говорять про параметри досягнення сталості, проте іноді простіше виокремити та визначити показники "несталості" ситуації. Якщо допустити, що процеси вважаються несталими, коли вони зменшують екологічні, соціальні та виробничі ресурси, від яких безпосередньо залежать процеси на обраному рівні, то це буде первинна несталість; якщо від них залежать процеси на інших рівнях — вторинна несталість (рис. 13.2).

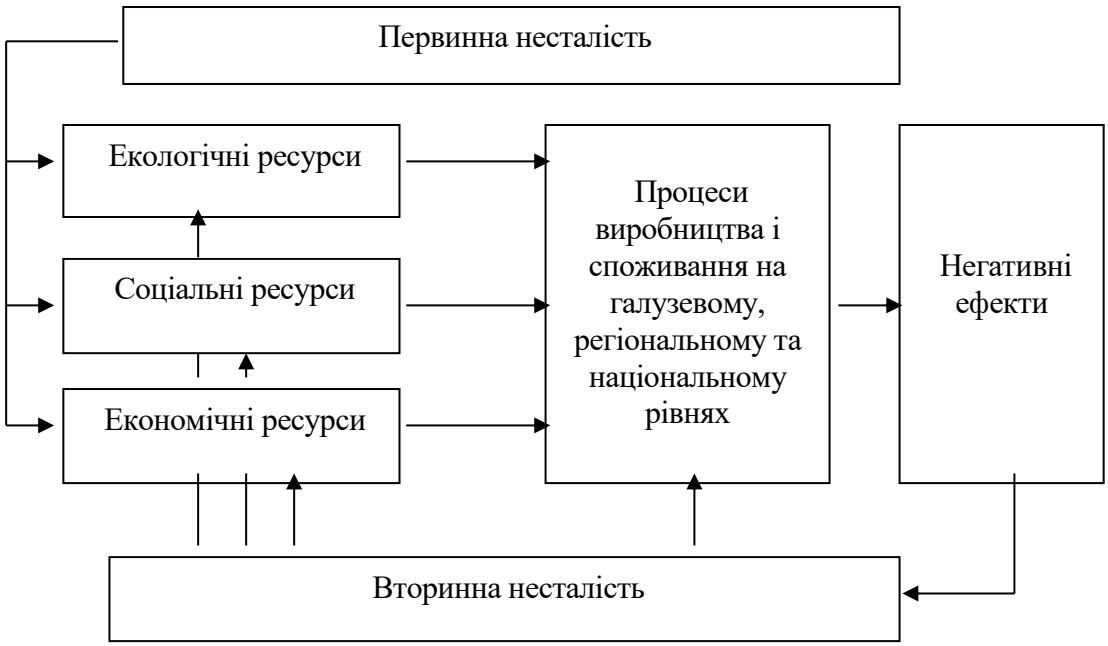


Рис. 13.2. Рівні несталості розвитку

Поняття "сталий розвиток туризму" та його основні принципи визначила Світова туристична організація наприкінці 1980-х рр. У процесі розгляду холістичного підходу до розвитку туризму (від англ. *whole*— цілий) варто враховувати потреби інших галузей,

забезпечуючи їх взаємозв'язок і взаємозумовленість. Незважаючи на досить тривалий час розвитку цієї концепції, дослідники не дійшли спільної думки щодо дефініції сталого туризму. На сьогодні найпоширенішими з них є такі:

1) *сталий розвиток туризму* — це всі форми розвитку й управління туризмом, які не суперечать природній, соціальній, економічній єдності й добробуту сформованих суспільств у безстроковому періоді (Світова федерація природних та національних парків, 1992);

2) *сталий розвиток туризму* забезпечується в межах екологічної стійкості, дає змогу ефективно відновлювати продуктивність природних ресурсів; враховує внесок місцевих громад у відпочинок туристів; передбачає рівність прав місцевого населення на економічні користі від туризму; ставить на перше місце побажання та потреби рецептивної сторони (Tourist Concern & Wild World Fund, 1992);

3) *сталий розвиток туризму* дає змогу сучасним мешканцям планети задовольнити власні потреби у відпочинку та рекреації без загрози втрати цієї можливості майбутніми поколіннями (UNDP, Production and consumption branch, 1998).

Згідно з "Порядком денним на XXI століття" принципи сталого розвитку туризму такі:

1) сприяння утвердженню повноцінного та здорового життя людини в гармонії з природою; 2) внесок у збереження, захист і відновлення екосистем Землі; 3) розроблення і застосування сталих моделей виробництва та споживання як основа для подорожей і туризму; 4) співпраця народів у сфері відкритої економічної системи; 5) скасування тенденцій протекціонізму у сфері надання послуг туристичного характеру; 6) обов'язковий захист довкілля, як невід'ємна складова процесу розвитку туризму, повага щодо відповідних законів; 7) участь громадян країни у розв'язанні проблем, пов'язаних із розвитком туризму, в тому числі тих, що стосуються їх безпосередньо; 8) забезпечення локального характеру прийняття рішень щодо планування та здійснення туристичної діяльності; 9) обмін досвідом та впровадження сучасних цифрових технологій туризму; 10) урахування інтересів місцевого населення.

На сучасному етапі сутність сталого розвитку туризму розглядається, як найважливіший чинник сталого розвитку суспільства загалом. Це положення чітко зафіксовано в Глобальному етичному кодексі туризму, ухваленому СТО 1999 р. У ньому

проголошено зобов'язання всіх учасників туристичного процесу зберігати природне середовище з метою стійкого та збалансованого розвитку. Важливе місце належить ролі органів центральної, регіональної та місцевої влади, які мають підтримувати найбільш сприятливі для природного середовища форми туризму. З метою зміни негативного впливу великих туристичних потоків слід застосовувати заходи рівномірного розподілу туристів і відвідувачів, зменшуючи таким чином дію чинника сезонності. Планування нових об'єктів туристичної інфраструктури потрібно здійснювати з урахуванням особливостей місцевості, гарантувати збереження звичного способу життя населення. Сталий розвиток територій, залучених для туристичної діяльності, забезпечується шляхом створення об'єктів інфраструктури туризму, організації нових робочих місць, залучення до нової діяльності у сфері туристичного обслуговування місцевого населення. У результаті цього підвищується життєвий рівень мешканців периферійних регіонів, відбувається їх закріплення на історичній території проживання. Природоохоронний характер туризму натомість полягає в обов'язковості збереження біорізноманіття туристично-рекреаційних дестинацій. Для цього використовуються природоохоронні технології, практичний досвід, рекомендації фундаментальних і прикладних наук. Важливе значення в охороні та відновленні туристично-рекреаційних територій мають також схеми фінансування і кредитування природоохоронної діяльності в їхніх межах.

Значну роль у такому контексті відіграє формування екологічного світогляду як населення рекреаційних регіонів, так і туристів. Насамперед, необхідно усвідомити рекреаційну привабливість природного ландшафту, його еколого-естетичну цінність, що може приносити економічну вигоду, а тому і потребу охорони і дбайливого ставлення до рекреаційних ресурсів. Усвідомлення місцевим населення того, що хижацьке використання ресурсів може призвести до того, що їх територія залишиться поза межами сфери рекреації, може бути значним стимулом для дбайливого та раціонального користування ресурсами. Стосовно туристів, то їм теж варто розуміти необхідність дотримуватись правил, які диктує природа, тобто усвідомлювати потребу ресурсних обмежень. Це означає забезпечення відповідного рівня інформованості про умови перебування на певній території. Від туристів потрібні: згода поступитися часткою свого комфорту; надання переваги продукції, виробленій в цьому регіоні; інте-

рес і повага до місцевих звичок, традицій та прийнятого способу життя; згода користуватися лише громадським транспортом; ентузіазм щодо активного захисту довкілля, мінімізація негативних наслідків від рекреаційної діяльності; збільшення часу перебування на відпочинку за рахунок зменшення частоти подорожей. Отже, за сталого розвитку туризму всі рекреаційні ресурси використовують та спрямовують таким чином, щоб задовольняти економічні, соціальні й естетичні потреби туристів за одночасного збереження культурної ідентичності, екологічної рівноваги, біологічного різноманіття та систем життєзабезпечення регіону відпочинку.

Україна, хоча й ратифікувала міжнародні документи з питань екологічної безпеки, однак не має значних досягнень у галузі практичного застосування принципів сталого розвитку. На нашу думку, насамперед, потрібно застосовувати такі заходи з активізації роботи в цьому напрямі:

1) затвердження на державному рівні положень сталого розвитку, зокрема щодо туризму; 2) співпраця та обмін досвідом із міжнародним співтовариством з питань теорії та практики сталого розвитку, адаптація їхніх методів та інструментів для України; 3) підвищення рівня екологічної свідомості населення, поширення інформації про якість навколишнього середовища та методи його охорони; 4) економічна та правова підтримка природоохоронної діяльності; 5) стимулювання природоохоронних ініціатив населення шляхом підтримки неурядових організацій.

13.2. Принципова логістична модель сталого розвитку туризму

Новизна й ефективність логістичного підходу до розв'язання проблем сталого розвитку туризму полягають в комплексному системному способі, за яким в єдину логістичну модель поєднуються туристично-рекреаційні ресурси регіону, матеріально-технічна база туризму (її розглядають як сукупність засобів розміщення туристів, їх харчування, транспортування та програмного забезпечення) та вхідний туристопотік у регіон. Інтегруючим показником у логістичній моделі сталого розвитку туризму є *логістичний потенціал* (або *пропускна спроможність),* який визначають окремо як у разі туристичних ресурсів (об'єктів), так і щодо матеріально-технічної бази, а також туристопотоку. Логістичну модель сталого розвитку туризму обґрунтували і розробили автори на підставі класичного логістичного методу "точно в термін" (Just In Time (JIT)) та відповідної логістичної системи "Pull" (англ. — "тягнуча").

Головна проблема логістики туризму на рівні країни, регіону — узгодження обсягів туристично-ресурсного потенціалу, туристичного господарства, туристичної інфраструктури (зокрема транспортної) та логістичних потоків (рис. 13.3). Особливість туризму, як галузі сфери послуг, - у тому, що її основу становить туристично-рекреаційний потенціал. Україна має значний туристично-рекреаційний потенціал, який визначається: особливістю її географічного положення та рельєфу; сприятливим кліматом; багатством природних, історико-культурних і рекреаційних ресурсів. Водночас за рівнем розвитку туристичної галузі наша країна відстає від світових лідерів: якщо США отримують сукупний річний дохід від туризму в обсязі 100 млрд. дол. США, Італія, Франція, Іспанія — 40—50 млрд, то Україна — лише 4 млрд. дол. США (20-те місце серед країн світу – за даними доковідного, довоєнного 2019 р.). Якщо оцінити річний обсяг послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності України, то він дорівнює менше 1 % ВВП держави (на рівні 500 млн. дол. США), що в розрахунку на одного мешканця становить 10 дол. США (один із найнижчих показників у Європі). У ході післявоєнного відновлення туристичної галузі України ці показники слід покращити.

Одним із шляхів вирішення проблеми забезпечення сталого розвитку туризму в Україні може бути застосування логічного підходу "Точно в термін" на мезо- та макрорівнях туристичного господарства, тобто в межах курортополісів, туристичних дестинацій, а також областей України і всієї держави. В логістиці цей підхід розглядають, як: 1) виробничу філософію, спрямовану на безперервне вдосконалення і таку, що базується на послідовному усуненні всього зайвого, тобто того, що спричинює підвищення вартості продукції, не збільшуючи при цьому її споживчої цінності;

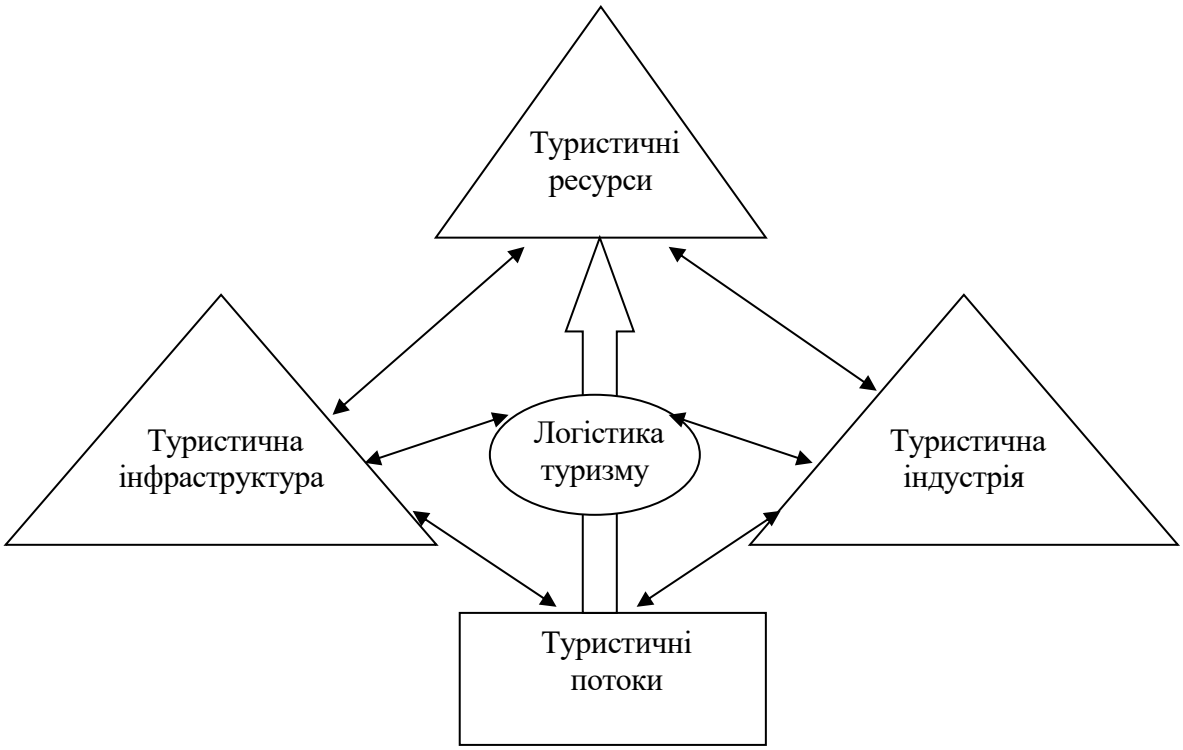


Рис.13.3. Взаємозв'язки логістики туризму на мезо- та макрорівнях

2) у вужчому розумінні - поставку необхідних матеріалів у потрібне місце на певний час, що передбачає високий ступінь синхронізації виробничих операцій.

Підхід "точно в термін" характерний для так званої витягуючої технології в логістиці (або "Pull-системи"). На відміну від штовхаючої системи ("Push"), яку вважають більш консервативною, бюрократизованою, менш пов'язаною з ринком, "Pull-система" — сучасне логістичне втілення ідеї "гнучкого" виробництва, що динамічно змінюється згідно з особливостями ринкнового попиту (рис. 13.4). Отже, в системах промислової та торговельної логістики початковою (програмувальною) ланкою є ринковий попит, відповідно до особливостей якого виробляються та реалізуються товари.

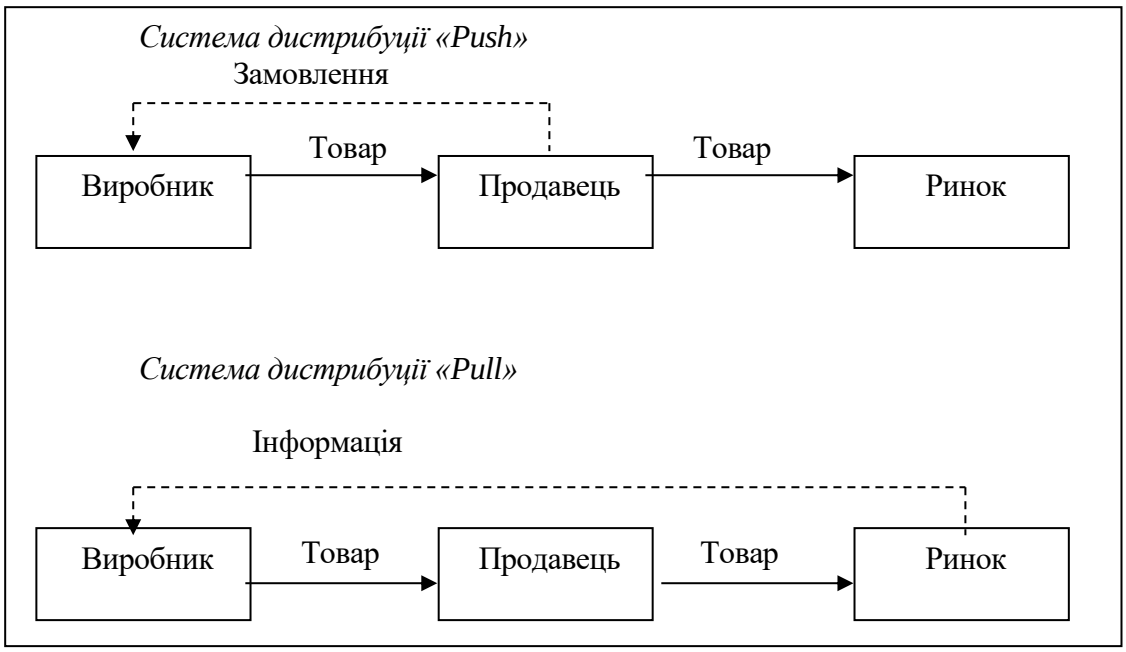


Рис.13.4. Логістичні системи Push ("штовхаюча") та Pull ("тягнуча")

У логістиці туризму простежується зворотна ситуація, оскільки початковою (і програмувальною) ланкою визначаються туристично-рекреаційні ресурси, згідно з логістичним потенціалом (пропускною спроможністю або рекреаційною місткістю) яких мають формуватися потоки туристів, а їхні потреби разом з туристичними послугами у місці споживання (проживання, харчування, перевезення, програмно-інформаційне обслуговування) слід забезпечувати шляхом розвитку відповідної туристичної інфраструктури (господарства, матеріальної бази). Отже, логістика туризму, використовуючи підходи "Pull" і "Точно в термін", пропонує наступну принципову модель сталого розвитку туризму (рис. 13.5).

З рисунку видно, що необхідною умовою сталого розвитку туризму в регіоні, країні є менший обсяг логістичного потенціалу матеріально-технічної бази стосовно логістичного потенціалу туристичного ресурсу (об'єкта). У свою чергу, відповідність ЛП МТБ до логістичного потенціалу потоку туристів визначається чисельністю туристів, котрі прагнуть використати (спожити) туристичні ресурси регіону (місцевості) протягом року, сезону,

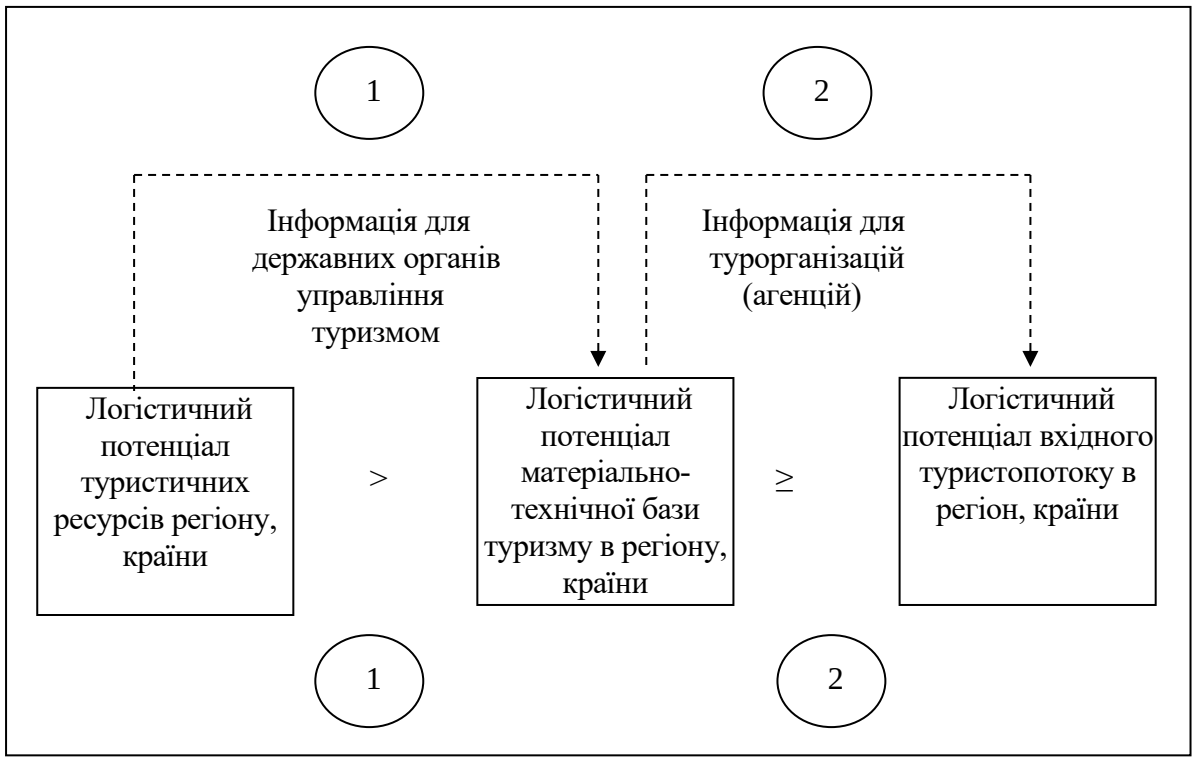


Рис.13.5. Принципова логістична модель сталого розвитку туризму в регіоні, країні

місяця, доби. Ця кількість туристів може дорівнювати показнику логістичного потенціалу (пропускної спроможності або місткості туристичної території, місткості розміщення) матеріально-технічної бази або бути меншою, але в жодному разі не перевищувати його. У протилежному випадку з'являються "дикі" туристи, різко погіршується комфортність відпочинку, збільшується неконтрольоване туристичне навантаження на рекреаційні ресурси й об'єкти місцевості, регіону, країни, що неодмінно зумовлює їх деградацію. Прикладом останнього підходу є Ближні печери Києво-Печерської лаври (її занесено до списку об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, що існує вже понад 1000 років, у них розміщені мощі більше ніж 120 християнських святих, серед яких Нестор Літописець, Ілля Муромець, цілитель Агапіт та ін.), які внаслідок щоденних, неконтрольованих, надмірних туристопотоків протягом багатьох років зазнали зміни свого мікроклімату (температура, вологість, вміст CO_2), що, поряд з іншими чинниками, призвело до обвалу частини печер ще у 2005—2006 рр.

У цій моделі перше співвідношення 1 (рис. 13.5) є запобіжником першого рівня щодо збереження туристичних ресурсів, а друге, крім того, що відіграє роль запобіжника другого рівня, забезпечує й бізнесову ефективність використання туристичних ресурсів

регіону, країни. У моделі розрізняють *інформаційні потоки двох видів:* 1) інформація стосовно максимально можливого потоку туристів для певного ресурсу (об'єкта), надається державним органам управління (на нашу думку, її обов'язково слід указувати в рекреаційному паспорті ресурсу (об'єкту); 2) інформація, яку туроператори (які звичайно володіють матеріально-технічною базою туризму в регіонах) надають фірмам-турагенціям — скільки та які путівки пропонуються для продажу.

13.3. Логістичний потенціал туристопотоку, ресурсної та матеріально-технічної баз туризму

Узгоджувальним показником сталого, збалансованого розвитку туризму в регіоні, країні є логістичний потенціал, який стосовно рекреаційно-туристичних ресурсів означає максимально можливу чисельність відвідувачів (туристів) за певний період часу (рік, сезон, місяць, день), що не зашкодить стану туристичного ресурсу (об'єкта), екології навколишнього середовища, забезпечить необхідний рівень комфорту туристів, не порушить усталений спосіб та умови життя місцевого населення. Слід враховувати, що у разі перевищення логістичного потенціалу туристичних ресурсів виникають різноманітні ризики, серед яких основними вважають такі: екологічний (погіршення стану навколишнього природного середовища); деструктивний (руйнування туристичного ресурсу (об'єкта); медичний (погіршення самопочуття та здоров'я туристів); охоронний (загострення проблем їх безпеки) тощо. ЛП РТР регіону, країни рекомендують визначати з урахуванням їх поділу на природно-рекреаційні та культурно-історичні (кожен з них, у свою чергу, ще поділяється та має особливості обчислення логістичного потенціалу), а також слід мати на увазі, що логістичний потенціал рекреаційно-туристичних ресурсів регіону можна істотно збільшити за допомогою штучно створених туристичних об'єктів.

Як приклад до останньої тези, розглянемо характеристику одного з двох найбільших у США та світі тематичних парків розваг "Діснейворлд". Це одна з найбільших туристичних атракцій штату Флорида (у перекладі "Світ Діснея") та Діснеєвський туристичний центр № 2, оскільки № 1 розташований у Каліфорнії — "Діснейленд" ("Земля Діснея"). Його відкрив Волт Дісней у 1955 р. у передмісті м. Анахайм, він мав площу 32 га. "Діснейворлд" створили в 1971 р. уже після смерті В. Діснея (1966), який першим у світовому туризмі розробив та втілив в життя концепцію

тематичних парків, як нових місць відпочинку. "Діснейворлд" розміщений недалеко від міст Орландо й Тампа, а також до нього ведуть декілька шосе загальнодержавного значення. Сюди можна долетіти літаком, власне до міжнародного аеропорту Орландо, звідки "автобуси-човники" доставлять туристів до готелю "Дісней-Ворлд Різорт". Парк розваг має спеціальну угоду з авіакомпанією "Дельта Ейрлайнз", яка є його офіційним повітряним перевізником та має свій офіс в одному з готелів. Щодо перевезення туристів назад до аеропорту Орландо, то "автобуси-човники" на шляху до нього зупиняються біля кожного готелю "Діснейворлду". Парк розваг займає величезну територію, яка поділяється на декілька частин: “Magic Kingdom” (Чарівне королівство), “River Country” (Річкова країна), “Discovery Iland” (Острів відкриттів), “Pleasure Iland” (Острів задоволення), “Typhoon Bay” (Затока тайфунів), "Epcot-центр", а також кіностудія "Дісней — Метро Голдвін Мейєр". Їх з'єднує мережа внутрішніх автодоріг Парку розваг, серед яких Ворлд Драйв, Буена-Віста Драйв та ін. Кожна частина "Діснейворлду" має декілька готелів, які відповідають найрізноманітнішим уподобанням туристів. Наприклад, у "Чарівному королівстві" розташовані готелі: "Гранд-готель" на пляжі біля озера, "Готель у Полінезійському стилі", "Готель у сучасному стилі", "Готель у примітивному стилі Дикого Заходу", "Готель та табір у примітивному стилі". Біля готелю багато гольфових клубів, де можна замовити гольф-курс. Оплатити перебування в готелях "Діснейворлду" можна за допомогою кредитних карток Американ Експрес (офіційна картка Парку розваг), Мастер Кард, Віза, а також власними кредитними картками Діснея. До речі, в Діснейворлді використовують власні "гроші" — долари Діснея (на однодоларовій купюрі зображений Міккі Маус, на п'ятидоларовій — "адмірал" Гуфі, на десятидоларовій — Мінні Маус). Цими грошима також користуються в мережі магазинів "Дісней сторз", що розміщені по всій країні. Обмінний курс долара Діснея до долара США становить 1:1. Долар Діснея — "конвертована валюта", отже, її без проблем обмінюють на американські долари за зазначеним вище курсом. Якщо турист живе в готелях Діснейворлду - та має готельну картку, він може безкоштовно та без обмежень: користуватися транспортною системою Парку розваг; відпочивати на всіх пляжах та інших рекреаційних зонах Парку, а також плавати у басейнах готелю; користуватися знижками в магазинах і ресторанах. "Діснейворлд" розрахований, насамперед, на дитячий та родинний туризм, тому найголовніші атракції та події тут

пов'язані з улюбленими героями мультфільмів В. Діснея. Зокрема, це: урочистий парад мультгероїв Діснея; можливість пообідати з Мікі Маусом або іншим персонажем та отримати його автограф; участь у балу, присвяченому ляльці Барбі (остання разом із Кеном — артисти вдягнуті у відповідне вбрання) тощо. Програми та ціни таких шоу відрізняються залежно від віку туристів: дорослі, молодь, діти до трьох років. Останніх на час імпрези можна залишити в спеціальних дитсадках, де за ними наглядатимуть та нададуть їм усі відповідні умови для розваг. Вартість обіду з одним із Маусів досить помірна: 12,95 дол. США для дорослого; 7,95 — для дітей. Можна купити "тур" на перебування протягом 5—7 днів на "Острові задоволення" або в "Чарівному королівстві", але після сьомої години вечора дітям та молоді до 18 років бути тут без батьків не дозволяється.

Окрім зустрічей з Маусами, у "Діснейворлді" пропонують безліч інших розваг, цікавих як для дітей, так і дорослих. Серед них: відвідання "Замку жахів" із фільму "Сутінкова зона"; подорож у спеціальній капсулі "людським тілом", тобто моделлю збільшених у тисячі разів внутрішніх органів людини; участь у спектаклі "Красуня та чудовисько"; катання (спуск) у спеціальному човні через 20 водоспадів у "Бризових горах"; участь у Полінезійському та Тропічному ревю, а також у музичному видовищі з життя американських "піонерів"; похід у зоопарк (120 видів тварин, 250 видів рослин) тощо. Діснейворлд — це ще й "царство торгівлі". За побажанням покупців куплені товари безкоштовно доставляють до готелю або відсилають до міста проживання туриста за помірну плату. Особливо багато магазинів у "Чарівному королівстві" (понад 50) та "Epcot" (понад 70, причому в кожній крамниці представлено окрему країну з відповідними товарами). А в "Дісней — Метро Голдвін Мейєр Студіо" є спеціальний магазин, в якому можна придбати речі, що належали відомим кіноартистам США (Метро Голдвін Мейєр, одна з найбільших американських кінокомпаній), а також різноманітні сувеніри від Уолт Дісней Продакшн. "Діснейворлд" має навіть власний банк — Сонячний банк, в якому пропонують повний перелік банківських послуг, включаючи обмін іноземної валюти. Його відділи та банкомата розміщені в усіх готелях Парку розваг. Є прокатна служба, де можна взяти камеру, авторемонтні та автопрокатні центри, причому "Діснейворлд" має свою автопрокатну фірму. Тут розташована навіть церква, де відбуваються католицькі та протестантські служби. Екскурсійне бюро Парку

розваг пропонує чотиригодинні екскурсії, а також VIP-тури. Парк розваг має власний канал "Дісней Ченнел", а також інші канали (майже 70) у кабельній мережі, що обслуговує всі готелі "Діснейворлду". Пропонують також спеціальне обладнання та послуги для туристів з особливими потребами (інвалідів). Загальна кількість відвідувачів досягає декілька десятків тисяч на день та декілька мільйонів за рік. За зразком "Діснейленду" та "Діснейворлду" подібні парки розваг створені в Європі та Азії, наприклад, "Євро Діснейленд" у Парижі, "Токіо Діснейленд" в Японії, "Європа-парк" в Німеччині, "Ліннамякі" у Фінляндії, "Леголенд" у Данії та ін.

Із принципової логістичної моделі сталого розвитку туризму зрозуміло, що її головний складник — потік туристів, які прибувають у місця розміщення туристичних ресурсів. Ці потоки дуже різноманітні за складом туристів, їх потребами, маршрутами (дестинаціями), фінансовими можливостями тощо, але в місці споживання туристичної послуги (на туристичному об'єкті) потоки туристів можна визначити за допомогою таких уніфікованих показників, як: 1) потужність туристопотоку (число туристів на певний часу); 2) інтенсивність туристопотоку (кількість туристів за певний період часу); 3) щільність туристопотоку (густота туристів на км^2 рекреаційної площі на певний час); 4) ритмічність туристопотоку (його надходження через певні відрізки часу).

Визначаючи логістичний потенціал вхідного потоку туристів у регіон, країну, слід також розрізняти такі його *різновиди*, як *проєктний, прогнозний* і *фактичний. Проєктний потік туристів* — це максимально можлива (допустима) його величина, встановлена за логістичним потенціалом туристичного ресурсу (його слід вказувати в рекреаційному паспорті ресурсного об'єкта). *Прогнозний потік туристів* виявляється на підставі маркетингових досліджень на черговий рік (а також сезон, місяць, день). Зрозуміло, що він не може перевищувати відповідний проєктний потік. *Фактичний* може відрізнятися від прогнозного, як правило, у бік зменшення, внаслідок різних форс-мажорних обставин.

Розрахунки логістичного потенціалу матеріально-технічної бази туризму здійснимо на прикладі готельних послуг. Показник місткості готельних послуг регіону (міста) визначається загальною сумою інвентарних готельних місць у всіх готелях (Г):

$$М_{гр} = Г_1 + Г_2 + \ldots + Г_П,$$

де $М_{гр}$ — місткість готельного ринку.

Місткість готельного ринку поділяється на дві частини — заповнену і незаповнену. Перша ($+М_{гр}$) вираховується за сумою зайнятих ліжкомісць (З) у всіх готелях, що утворюють місткість ринку цих послуг:

$$+М_{гр}=З_1 +З_2+...+З_п.$$

Незаповнену частину ринку готельних послуг ($-М_{гр}$) обчислюють сумою незайнятих ліжкомісць в кожному готелі (Н), що утворюють єдиний ринковий простір:

$$-М_{гр}=Н_1+Н_2+\dots + Н_п.$$

Властивість ринку готельних послуг мати позитивний або негативний попит дає змогу застосовувати індекс попиту ($І_п$), який визначається відношенням заповненої частини (позитивного попиту) та незаповненої частини (негативного попиту) до загальної місткості ринку готельних послуг регіону:

$$І_{п+} = \frac{+М_{ГР}}{М_{ГР}}$$

або

$$І_{п-} = \frac{-М_{ГР}}{М_{ГР}}$$

Показник, що перевищує більшу частину ринку готельних послуг у позитивному або негативному попиті, визначатиме становище ринку готельних послуг у регіоні. Подібним чином слід оцінити інші можливості розміщення туристів у регіоні — в санаторіях, пансіонатах, будинках і базах відпочинку, кемпінгах, турбазах, оздоровчих таборах тощо. Це стосується також культурно-пізнавальних та спортивних закладів (будинків культури, музеїв, театрів, басейнів, стадіонів, грального майданчиків тощо).

13.4. Регіональна та стратегічна моделі сталого розвитку туризму

Джерелами організованих туристичних потоків, що прибувають у регіон, країну з метою "споживання" рекреаційно-туристичних ресурсів, є туристичні фірми (переважно турагенції). Саме вони відіграють важливу роль логістичного "перетворювача" туристичних потоків: зі стохастичних, нестабільних, нерівномірних, некерованих, безперервних потоків клієнтів (що пояснюється характером попиту на турпослуги) турфірми формують туристичні групи (організовують дискретні, детерміновані, ритмічні та регулярні потоки туристів), які направляють в обрані споживачами місця відпочинку (або місця споживання туристичної послуги). З погляду логістики туризму

та вимоги сталого розвитку галузі завдання турфірми полягає в такій координації дій з туроператорами, щоб забезпечити оптимальні обсяги туристопотоків у місцях виробництва і споживання туристичних послуг з метою виконання умови, втіленої у принциповій моделі сталого розвитку туризму (див. рис. 13.5). При цьому в діяльності турфірм може спостерігатися "Push" та "Pull" - підходи. Перший виявляється, коли на певний туристичний ресурс (об'єкт) фірми "виштовхують" потоки туристів, чисельність яких збільшується, унаслідок чого виникають різноманітні проблеми та ризики, пов'язані з туристичним перевантаженням, що може призвести в результаті до руйнування та зникнення туристичного ресурсу (його деградації). Сутність іншого, "Pull-підходу", полягає в тому, що обсяг туристичного потоку в певний туристичний регіон (місце) має регулюватися та визначатися логістичним потенціалом ресурсної бази туризму, тобто не перевищувати максимально допустимої величини, за якої з'являються різні проблеми та ризики, що знижують якість відпочинку та ефективність туризму. Саме "Pull-підхід" є основою регіональної моделі сталого розвитку туризму в регіоні, країні (рис. 13.6). Отже, рекреаційно-туристичні ресурси регіону визначають його комплексний логістичний потенціал із туризму, до складу якого входять: 1) логістичний потенціал (рекреаційна місткість) кожного виду туристичних ресурсів та об'єктів; 2) логістичний потенціал матеріально-технічної бази туроператора (туроператорів), що передбачає також встановлення обсягів виробництва супутніх послуг і туристичних товарів у регіоні (перший потенціал має бути більший ніж другий); 3) логістичний потенціал (відповідних параметрів) вхідних туристопотоків, які в сукупності ніколи не повинні перевищувати ЛП МТБ туризму у регіоні, що досягається шляхом регулювання кількості путівок, наданих туроператорами для реалізації турагенціям, що розміщені в регіонах попиту на туристичні послуги. Реалізація "Pull-підходу" в розвитку туризму в регіоні неможлива без державної підтримки, оскільки окремі турфірми, навіть великі не здатні, формувати та модернізувати матеріально-технічну базу туризму в регіоні (особливо новостворюваної). Але розвиваючи туристичну індустрію в регіоні, варто застосовувати логістичні принципи, зокрема "Pull-підхід" та концепцію "точно в термін".

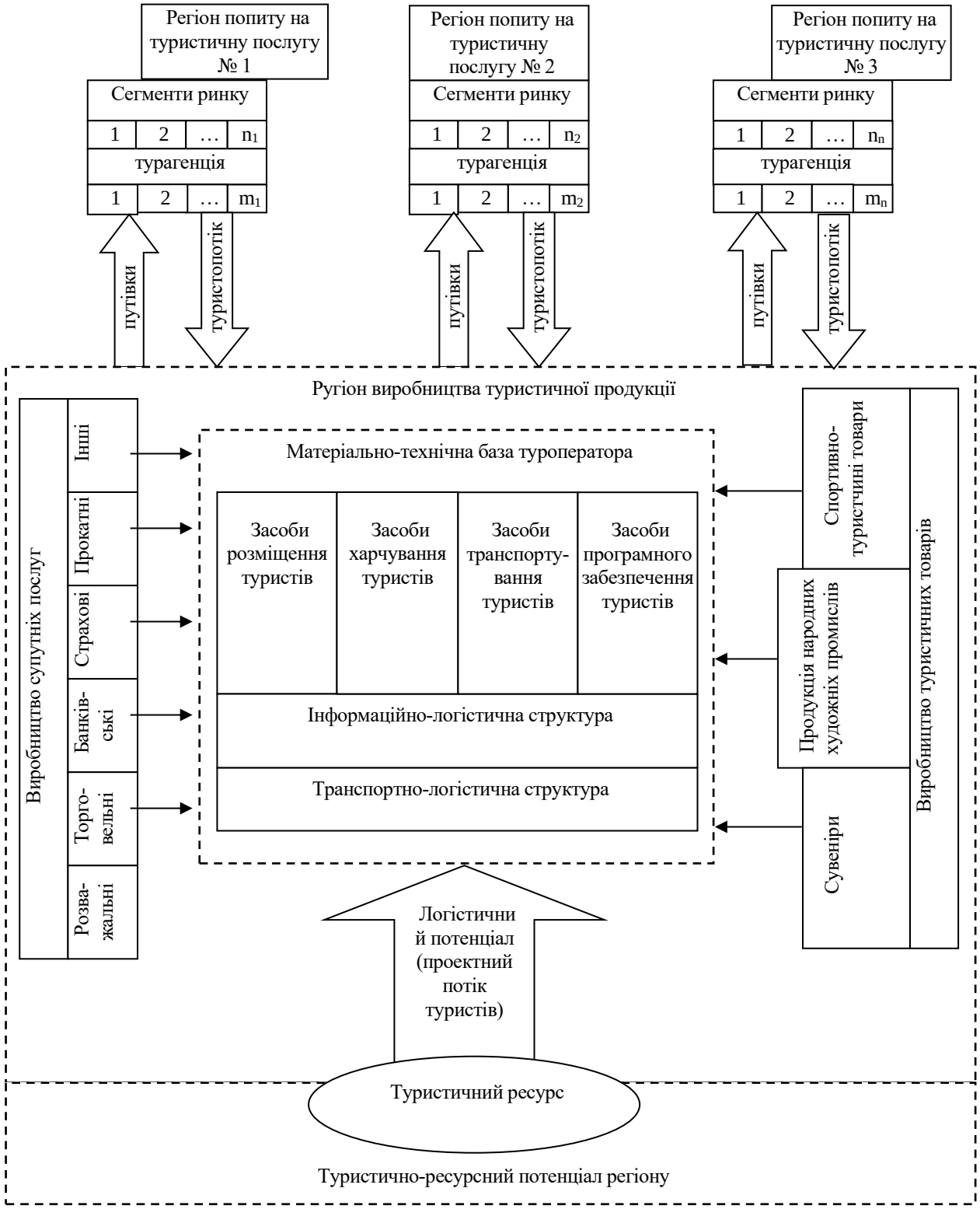


Рис.13.6. Регіональна логістична модель сталого розвитку туризму

Це означає, що створюючи або розширюючи туристичні зони (центри), представники державних структур мають попередньо визначити логістичний потенціал їх ресурсної бази, тобто розрахувати максимально можливу кількість туристів (безпечний показник туристичного навантаження на певну ресурсну базу). Відповідно

потрібно, щоб державні органи контролювали будівництво об'єктів МТБ туризму в цих зонах (центрах) з тією метою, аби ЛП МТБ не перевищував логістичного потенціалу ресурсної бази туризму (ЛП РБТ). У такий спосіб і туристичний потік перебуватиме в безпечних межах. Особливо актуальним зазначений підхід є в екологічно чутливих регіонах. Подібна проблема вже в найближчі роки може постати в карпатському гірському курорті Славське, який витримує максимальний туристопотік взимку 14 тис. осіб. На думку мера Славського М. Кінаша таке незабаром станеться, і тоді почнуться проблеми.

Отже, для державних органів можна запропонувати стратегічну логістичну модель сталості туристичної індустрії в регіоні та три відмінних стратегії — у разі моделі (стратегії) розвитку туризму, моделі (стратегії) розвитку МТБ або кризової моделі (стратегії) (рис. 13.7). Основою визначення стратегій сталого розвитку туризму є складання логістичної моделі сталого розвитку туризму в регіоні. Для цього попередньо потрібно здійснити логістичне оцінювання природно-рекреаційних та історико-культурних ресурсів і визначити ЛП РБТ, ЛП МТБ та логістичний потенціал вхідного туристопотоку в регіон (ЛП ТП). Застосувавши принципову логістичну модель сталого розвитку туризму (див. рис. 13.5), отримаємо три логістичні моделі (стратегії) стану туризму в регіоні: модель (стратегію) розвитку туризму, модель (стратегію) розвитку МТБ туризму і кризову модель (стратегію). Модель розвитку туризму відповідає ситуації ЛП РБТ >ЛП МТБ ≈ ЛП ТП, за якої можливості ресурсної бази туризму щодо прийому туристів значно перевищують потужності матеріально-технічної бази туризму та відповідний туристопотік (ЛП МТБ і ЛП ТП у більшості випадків є близькими величинами). За цієї моделі рекомендується стратегія (заходи) розвитку туризму в регіоні шляхом розбудови МТБ та маркетингово-рекламної діяльності з залучення нових туристів. Натомість протилежна кризова модель виникає, коли ЛП РБТ ≤ ЛП МТБ ≈ ЛП ТП, тобто можливості ресурсної бази туризму стосовно прийому туристів зменшуються унаслідок надмірного туристопотоку, який стимулюється збільшеними потужностями матеріально-технічної бази. За кризової моделі (стратегії) потрібно вживати заходи щодо обмеження розвитку туризму в регіоні шляхом стримування будівництва нових об'єктів МТБ і зменшення вхідного потоку туристів. До важливих складових такої моделі також належать еколого-просвітницькі заходи, пов'язані зі збереженням та

відновленням ресурсної бази туризму в регіоні, та постійний контроль (моніторинг) її стану. Останній компонент не зайвий і в моделі розвитку туризму, і в моделі розвитку МТБ (про неї йтиметься далі), в яких теж обов'язково варто здійснювати ці заходи з метою збереження та підтримування сталого розвитку туризму в регіоні на перспективу. Третя модель (стратегія) розвитку матеріально-технічної бази туризму в регіоні нині спостерігається в багатьох регіонах України, багатих на рекреаційні ресурси та в яких є фактичний (або можливий за невеликих маркетингових зусиль) потужний туристопотік. При цьому відстає розвиток МТБ туризму як за її величиною (потужністю), так і за якістю (відповідністю до міжнародних та європейських стандартів). Таку ситуацію відображає рівняння ЛП РБТ > ЛП МТБ < ЛП ТП. Стратегія (заходи), що рекомендується за цією моделлю, передбачає термінове розширення МТБ туризму в регіоні, що може принести значний соціально-економічний ефект та бізнесові прибутки за невеликих витрат.

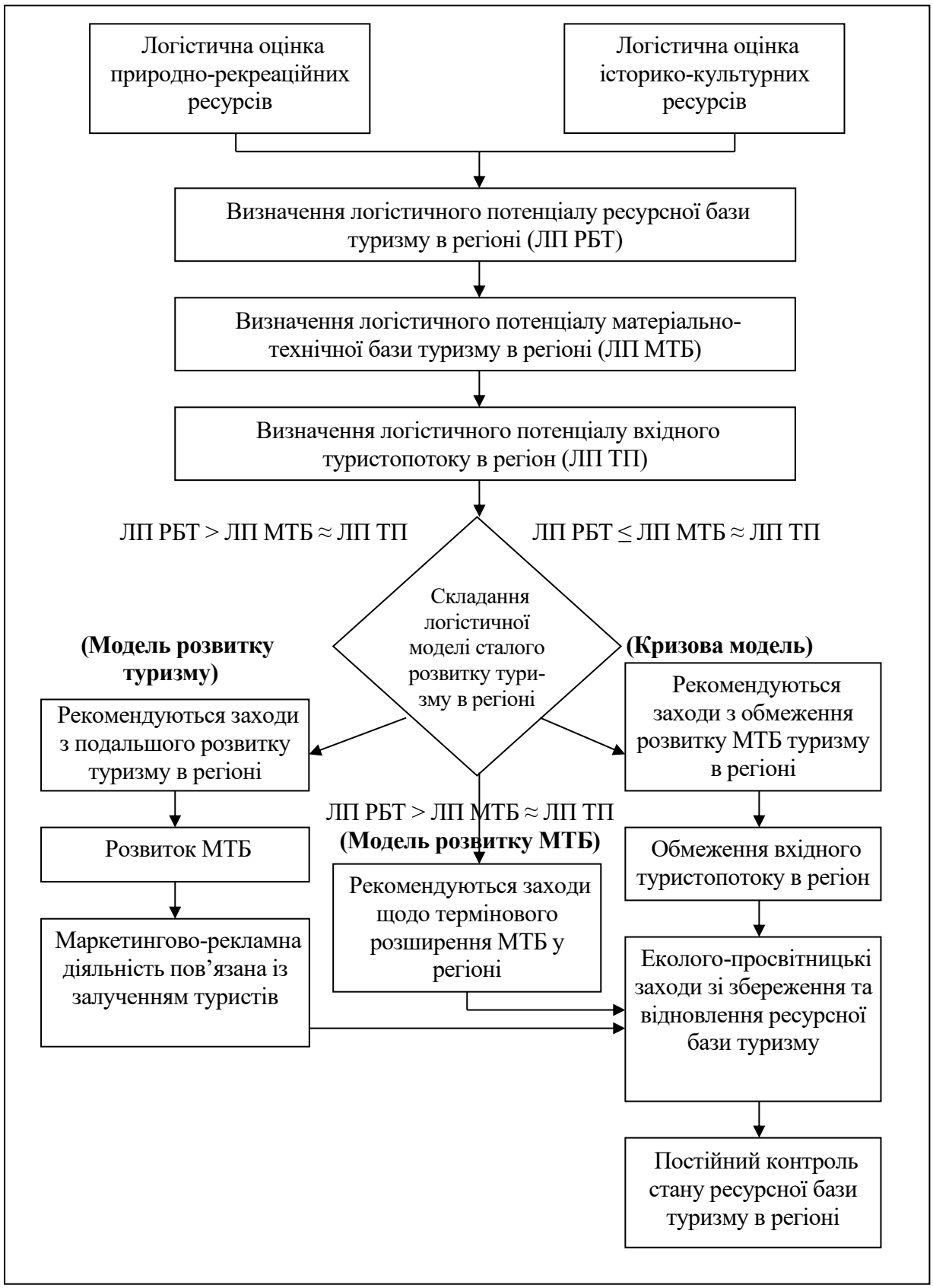


Рис.13.7. Стратегічна логістична модель сталості туристичної індустрії в регіоні

13.5. Застосування логістичного підходу в українському туризмі

Зазначені вище теоретичні положення щодо застосування логістичного підходу до забезпечення сталого розвитку туризму в регіоні, країні розглядаються на прикладі України, де спостерігаються всі три моделі. Так, модель розвитку туризму можна проілюструвати прикладом м.Бердичева Житомирської обл., в якому розміщена така значна кількість цінних та цікавих туристичних об'єктів, що в літературі це місто називають "коштовним діамантом європейської цивілізації, архітектурним пам'ятником, де поєдналися українська, польська, єврейська, французька, італійська культури". Серед найвидатніших туристичних об'єктів Бердичева — монастир Босих Кармелітів (XVI—XVII ст.), костел св. Варвари (1826), прилегла до них стара частина міста, в архітектурі якої поєднуються такі стилі, як бароко, класицизм та еклектика. Із цим містом пов'язані імена славетних французьких (О. де Бальзак), англійських (Дж. Конрад), польських (Ю. Словацький, Ю. Крашевський, С. Сєраковський, М. Грабовський, М. Чайковський, Т. Бобровський), єврейських (Шолом-Алейхем, М. Мойхе-Сфорім) письменників і поетів. Тут розташовані історичні пам'ятки промислової (пивоварний завод) та торговельно-банківської архітектури. З Бердичева починаються цікаві радіальні тури до Житомира, Новоград-Волинського (батьківщина Лесі Українки), сіл Верхівня (палац Е. Ганської, дружини О. де Бальзака), Романівка (пов'язаного з М. Рильським), Терехове (народився Дж. Конрад). Звідси подорожують до Києва, Львова, Вінниці, Умані, Кам'янця-Подільського, Чернівців. Але з іншого боку, як зазначено в науковій літературі, розвитку туризму на Бердичівщині перешкоджає брак достатньої матеріально-технічної бази для приймання та обслуговування туристів (зокрема, готельно-ресторанного господарства); недостатній благоустрій транспортних комунікацій (як у власне туристичних районах, так і на під'їзних шляхах до них); занедбаний стан багатьох історичних пам'яток та архітектурних об'єктів. Отже, туристично-ресурсний потенціал Бердичівщини є цілком достатнім, щоб привернути значні потоки іноземних туристів з Польщі, Ізраїлю, Франції, Великої Британії та інших країн, а також українських рекреантів та екскурсантів. Водночас розвиток матеріально-технічної бази туризму й туристичної інфраструктури в м. Бердичеві та районі ще не відповідає його могутнім туристично-рекреаційним можливостям, що перешкоджає ефективному розвитку туристичної галузі в регіоні, отже, гальмує комплексний соціально-економічний розвиток в цілому.

Подібні проблеми спостерігаються в низці інших міст України зі значним потенціалом туристичних ресурсів, наприклад Кам'янці-Подільському (пам'ятки литовського, польського, турецького, єврейського та вірменського походження XVI—XVIII ст., а також періоду перебування тут столиці УНР у 1919 р.), , Чигирині, Глухові, Батурині (гетьманські "столиці" - пам'ятки XVII—XVIII ст.), Галичі (пам'ятки доби Галицько-Волинського князівства XIV—XV ст.) тощо. Ці міста — потенційні туристичні "магніти" національного та світового значення, що вже нині здатні привертати увагу десятків, а то й сотень тисяч туристів (українських та іноземних), але, не маючи сучасної туристичної МТБ та інфраструктури, втрачають можливості заробляти мільйони доларів на "продажу" своїх туристичних послуг та атракцій.

Друга модель – кризова – спостерігалася в Україні в доковідний (до 2020 р.) та сучасний воєнний період у містах – найбільших туристичних центрах – Києві та Львові. Туристичне перевантаження середмість цих міст отримало назву «овертуризм», викликало невдоволення туристів і місцевих мешканців. В результаті у цих містах були прийняті заходи з «туристичного розвантаження» центральних дільниць. У Львові, наприклад, була прийнята спеціальна стратегія «туристичної деконцентрації», яка включала такі заходи: а) створення другого туристичного центру (крім площі Ринок) на проспекті Т.Шевченка; б) розвантаження самої площі Ринок шляхом спрямування туристичних потоків з її поверхні на верхні поверхи навколишніх будинків, де були створені ресторани, та в підземелля, на які так багатий центр Львова, де відкрилися кав’ярні, музеї тощо; в) запровадження нових міських екскурсій, що виходять за межі Львова, наприклад, до м.Жовкви (бувша королівська резиденція) та м.Дрогобича (будинок-музей Бруно Шульца, середньовічна солеварня – перша в Україні). У Києві прийнято заходи з розвантаження головної вул.Хрещатика шляхом спрямування туристопотоків через пішохідно-велосипедний міст (пропускна спроможність 50 тис.осіб/день) до Художньої та Пейзажної алей, а далі через систему сходів - на Андріївський узвіз і Поділ.

Прикладом третьої моделі – моделі розвитку МТБ – є м.Умань - місце прочанства хасидів, до якого щорічно з'їжджаються на свято Рош-Хашана (Новий рік) понад 30 тис. хасидів зі США, Ізраїлю та ще з 20 країн світу). Місця для них не вистачає у наявній

готельно-ресторанній базі міста, тому хасиди орендують житло в уманчан, які на цьому непогано заробляють (детальніше див. пункт 35.3).

Отже, розвиток туристичного бізнесу в Україні загалом і в регіонах зокрема має великі перспективи, враховуючи значні рекреаційно-туристичні ресурси. Їх раціональне використання та збереження можливе шляхом упровадження в практику туристичної індустрії логістичних прийомів та підходів. Однією з таких новітніх концепцій є "Pull-підхід" і логістичні моделі на його підставі, що дають змогу координувати обсяги туристопотоків з пропускними можливостями (логістичним потенціалом) туристичних ресурсів та об'єктів, а також матеріально-технічної бази туризму в регіоні, країні. Застосування таких методів значно зменшить, а в ідеалі виключить ризики погіршення становища рекреаційно-туристичних ресурсів у регіоні, екологічної ситуації, зниження якості наданих туристичних послуг, загрози здоров'ю і безпеці туристів тощо, отже, буде основою для визначення стратегії сталого розвитку туризму в регіоні, країні.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Що є інтегруючим показником у логістичній моделі сталого розвитку туризму?
2. Яку головну проблему на рівні регіону, країни визначає та вирішує логістика туризму?
3. Який класичний логістичний підхід є основою логістичної моделі сталого розвитку туризму?
4. З'ясуйте сутність понять "Push" та "Pull-систем" у логістиці. У чому полягають їх відмінності?
5. Яка система ("Push" чи "Pull") використовується в логістичній моделі сталого розвитку туризму?
6. Розкрийте сутність принципової логістичної моделі сталого розвитку туризму.
7. Як пов'язані обвал частини Ближніх печер Києво-Печерської лаври в 2005—2006 рр. і логістика туризму?
8. Визначте сутність понять "логістичний потенціал туристичних ресурсів", "матеріально-технічна база туризму", "туристопотік".
9. Які є різновиди логістичного потенціалу вхідного туристопотоку в регіон?
10. У чому сутність регіональної логістичної моделі сталого туризму?
11. У чому сутність стратегічної логістичної моделі сталого туризму?
12. Наведіть приклади в Україні логістичної моделі розвитку туризму, кризової моделі та моделі розвитку МТБ.

Розділ 14. Логістика ресурсної бази туризму

14.1. Значення ресурсної бази туризму та її логістичної оцінки

Особливість туристичної галузі, на відміну від інших галузей сфери послуг, полягає в її безпосередньому поєднанні з ресурсною базою, тобто рекреаційно-туристичними ресурсами. На це не один раз звертають увагу в словнику-довіднику "Туризм, гостинність, сервіс". Так, при визначенні сутності поняття "місткість туристичного ринку" зазначають, що вона, насамперед, зумовлюється пропускною спроможністю

туристичного об'єкта (ресурсу) та ступенем розвитку відповідної інфраструктури. Під час розгляду поняття "туристичне споживання" особливу увагу звертають на його специфіку, яка полягає в тому, що не товар доставляють споживачу, а, навпаки, споживач (турист) прибуває до місця виробництва турпродукту, аби його спожити (тобто до туристичного ресурсу (об'єкта), споживання якого і є підставою формування пропозиції в туризмі). Отже, основу для розвитку туристичного бізнесу становлять рекреаційно-туристичні ресурси території, тобто її природно-ресурсний і рекреаційно-ресурсний потенціали.

З'ясуємо сутність цих понять детальніше. *Природно-ресурсний потенціал* — сукупність природних ресурсів туристичного регіону, які використовують або можуть застосовувати в індустрії туризму та гостинності з урахуванням тенденцій їх розвитку. *Рекреаційно-ресурсний потенціал території* — сукупність природних можливостей конкретного регіону з урахуванням культурно-історичних і соціально-економічних передумов, що сформувалися, для організації різноманітної рекреаційної діяльності, спрямованої на поліпшення здоров'я людей та відновлення сил місцевого та приїжджого для відпочинку населення. Логістика туризму цю властивість галузі враховує особливим чином: у комплексній структурі логістики туризму логістиці рекреаційно-туристичних ресурсів належить важливе місце, зокрема у складі компонентної структури (рис. 14.1). Із рис. 14.1 видно, що логістику ресурсної бази туризму можна розглядати на різних регіональних рівнях, починаючи від локального (логістика туру) та закінчуючи найвищим — метарівнем (логістика світового туризму). Отже, свою окрему ресурсну базу має кожен туристичний об'єкт, місто, туристична зона, область, регіон, країна, туристичний макрорегіон світу та світ загалом. Саме місткість ресурсної бази (наявність і величина рекреаційно-ресурсного потенціалу) визначає місткість туристичного ринку певної території. Тобто поняття природно-ресурсного та рекреаційно-ресурсного потенціалів, місткість ландшафту та рекреаційних ресурсів взаємопов'язані та інтегруються в ширшу категорію — *логістичний потенціал рекреаційно-туристичних ресурсів (РТР)* або *ресурсної бази туризму* (РБТ), який у системі логістики туризму певного регіону діє разом з логістичним потенціалом матеріально-технічної бази туризму (визначальні поняття — місткість туристичної території та місткість

розміщення) та логістичним потенціалом вхідного туристопотоку в регіон (визначальні поняття — споживач турпродукції та туристичне споживання) (див. рис. 14.1).

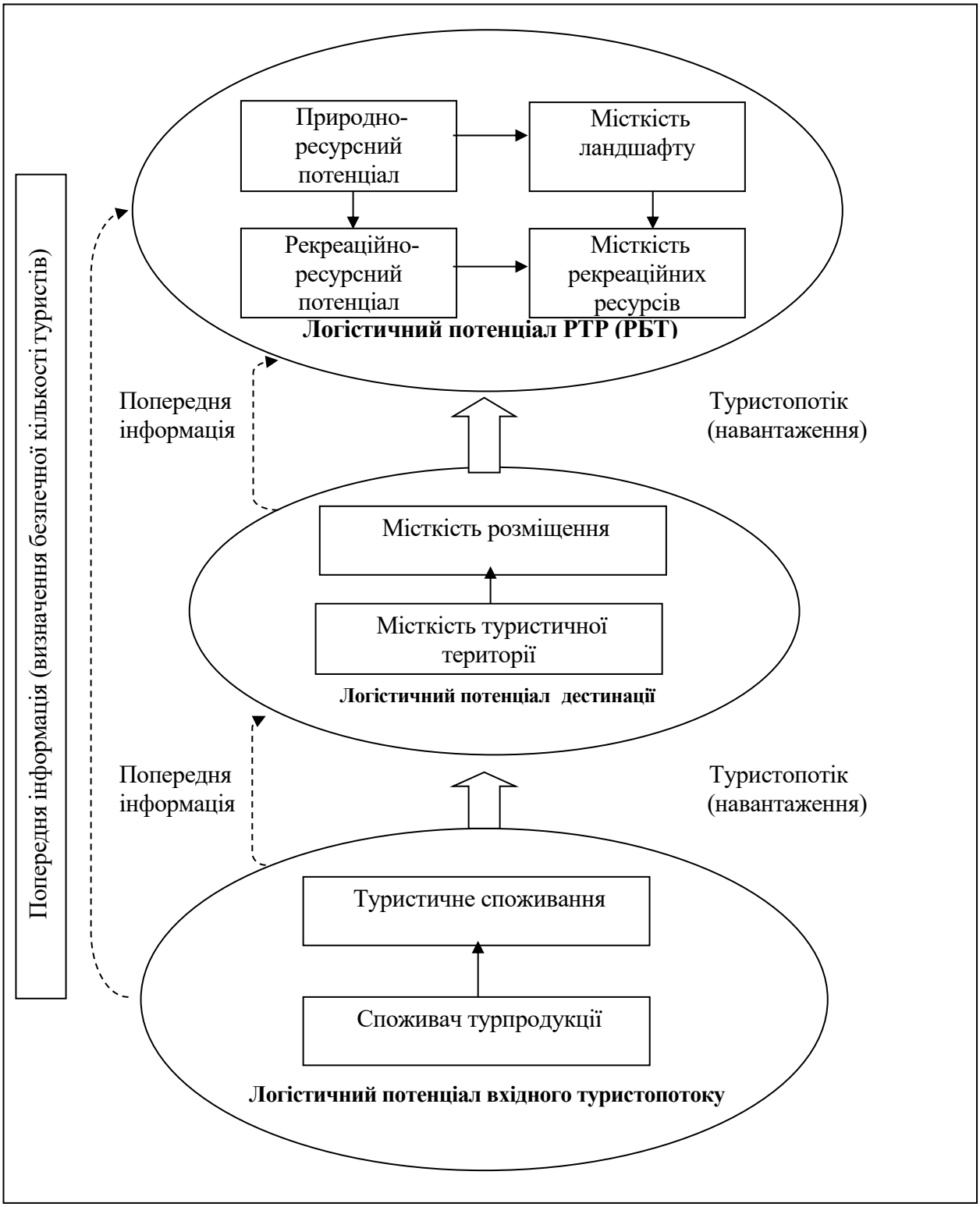


Рис.14.1. Система логістики туризму в регіоні

Основою логістичного потенціалу рекреаційно-туристичних ресурсів (або ресурсної бази туризму) є їх логістична оцінка, тобто визначення максимально

можливого для певного виду ресурсів (об'єкта) потоку туристів, який: 1) не зашкодить стану самих ресурсів; 2) не зашкодить самопочуттю та стану здоров'я туристів; 3) не впливатиме негативно на екологію місцезнаходження ресурсу (об'єкта); 4) не порушить показника гостинності (це припустиме співвідношення чисельності туристів і постійних мешканців, за якого зберігається атмосфера гостинності; оптимальна пропорція — не більше 1:3); 5) не зашкодить безпеці туристів. Подібні проблеми спостерігаються нині і в міжнародному туризмі. Наприклад, у країнах Африки (зокрема, в Кенії) є побоювання, що туристопотік, який зростає, може завдавати шкоди унікальній екосистемі африканських саван з їх різноманітною фауною та флорою; відома пам'ятка культури індіанців-інків "священе місто" Мачу-Пікчу в Перу в результаті масового туристопотоку може зруйнуватися. І такі приклади можна множити.

Визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму — важлива складова логістичної моделі сталого розвитку туризму, поряд з логістичним потенціалом матеріально-технічної бази туризму та логістичним потенціалом вхідного потоку туристів у регіон (див. рис. 14.1). Отже, початковою та програмуючою ланкою розвитку туризму мають бути рекреаційно-туристичні ресурси, відповідно до логістичного потенціалу (рекреаційної місткості), яких повинні визначатися потоки туристів, а їхні потреби разом з необхідними послугами (проживання, харчування, перевезення, інформаційно-програмне забезпечення) мають задовольнятися шляхом розвитку матеріально-технічної бази туризму. Варто зазначити, що необхідною умовою сталого розвитку туризму в регіоні, країні є менший обсяг логістичного потенціалу МТБ туризму порівняно з логістичним потенціалом туристичного ресурсу (об'єкта), тобто йдеться про рівняння 1 принципової моделі сталого розвитку туризму. Це рівняння слід розглядати як запобіжник першого рівня щодо збереження логістичного потенціалу туристичного ресурсу (об'єкта). Друге рівняння моделі сталого розвитку туризму, яке потребує, щоб ЛП МТБ був більшим (або дорівнював) ЛП вхідного потоку туристів, є запобіжником другого рівня стосовно збереження ресурсної бази туризму (РБТ). Інформаційні потоки в системі логістики туризму в регіоні повинні мати випереджальний характер стосовно потоку туристів. Їхнім джерелом має бути (але, на жаль, поки що не є) ресурсна база туризму, яка повинна визначати безпечний обсяг туристопотоку (тобто максимально можливий обсяг туристичного навантаження на

певні РТР). Цей показник (логістичний потенціал кожного виду РТР), на нашу думку, слід обов'язково зазначати в рекреаційному паспорті туристичного об'єкта та врахувати цю пропозицію у процесі складання єдиного кадастру РТР в Україні. Інформувати про ЛП РТР слід як державні органи, що регулюють розвиток матеріально-технічної бази туризму в регіонах, так і туроператорів, котрі відповідають за вхідний потік туристів, отже, можуть регулювати його шляхом надання певної кількості турпутівок для продажу турагенціями в місцях попиту на цей турпродукт.

14.2. Методика визначення логістичного потенціалу рекреаційно-туристичних ресурсів

Логістичну оцінку рекреаційно-туристичних ресурсів потрібно здійснювати з урахуванням їх класифікації, яка найповніше представлена в працях *О.О. Бейдика* (розрізняють природно-географічні, природно-антропогенні, суспільно-історичні ресурси, інфраструктурні об'єкти та суперточку-тур (рис. 14.2)) та *І.В. Смаля* (дослідник виокремлює природно-географічні та суспільно-історичні РТР, з подальшим поділом перших на геологічні, геоморфолого-орографічні, ландшафтні, флоро-фауністичні, кліматичні та погодні, водні; других — на археологічні, архітектурні, подієво-інформаційні, науково-пізнавальні, патріотично-виховні, літературно-мистецькі (рис. 14.3)).

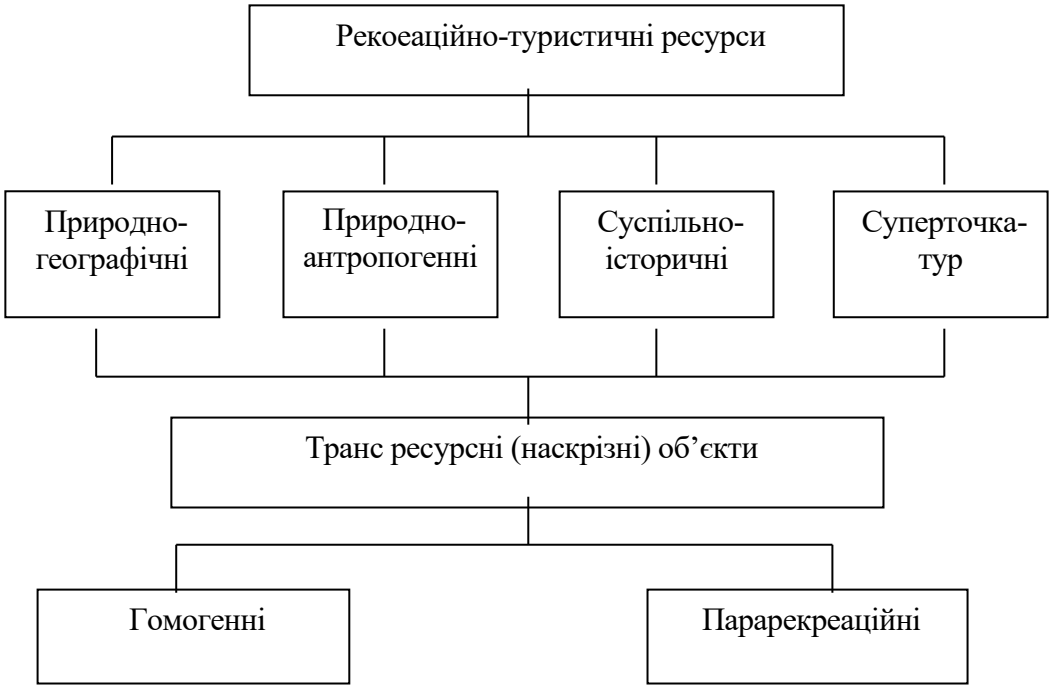


Рис.14.2. Класифікація рекреаційно-туристичних ресурсів за О.О. Бейдиком

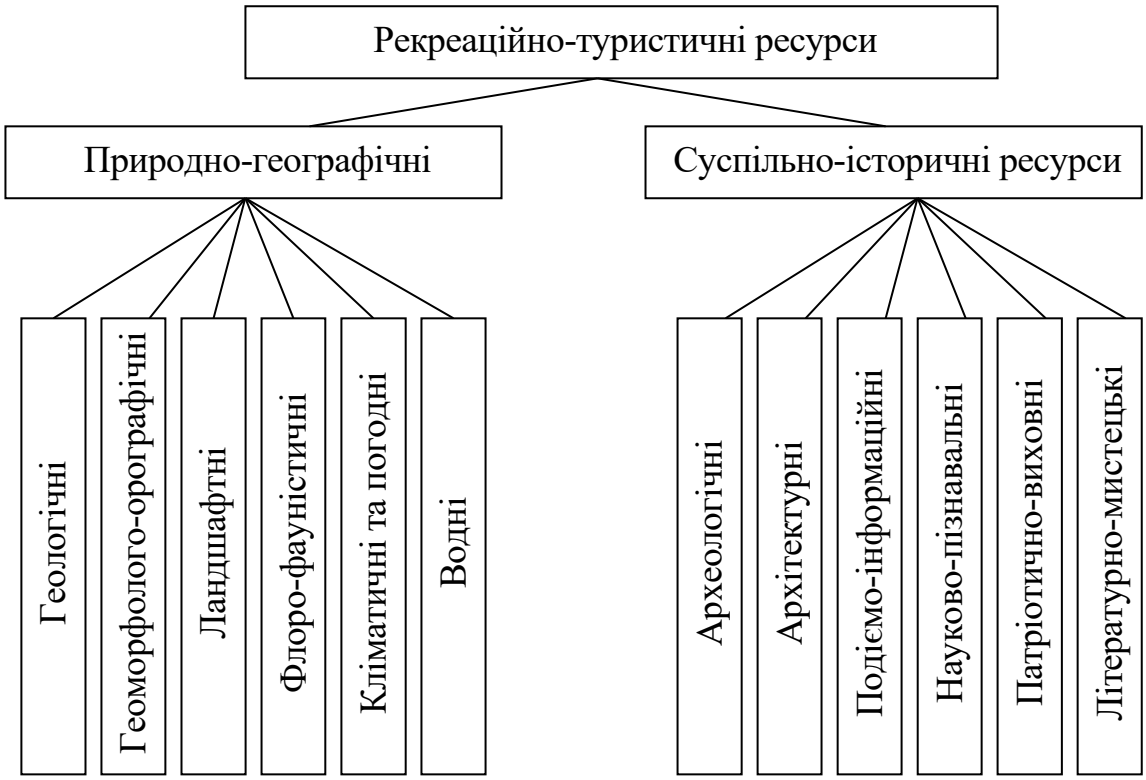


Рис.14.3. Класифікація рекреаційно-туристичних ресурсів за І.В. Смалем

Щодо методики визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму, то з урахуванням зазначених вище класифікацій пропонують принаймні *чотири підходи:*

1) рекреалогічний;

2) порогового аналізу;

3) кількісних характеристик;

4) рекреагеографічний.

Детально сутність рекреалогічного підходу розглянуто в навчальному посібнику В.І. Стафійчука "Рекреалогія", в якому зазначено, що одне з важливих науково-практичних завдань рекреалогії полягає у визначенні рекреаційної місткості території (показника, що окреслюється кількістю рекреантів, котрі протягом певного періоду можуть перебувати на певній території, не спричиняючи її дигресії). Розрізняється *максимальна, оптимальна* та *прогнозована природна рекреаційна місткість. Максимальна рекреаційна місткість* — це добуток допустимого рекреаційного навантаження і площі конкретної територіально-рекреаційної системи. Для обчислення *оптимальної місткості* використовують формулу

$$В_{ік}= \frac{EC_i}{D}$$

де $B_{ік}$ — оптимальна місткість *к*-го району в *і*-й період; E — оптимальна місткість території; C_i — тривалість *і*-го періоду (днів); D — середня тривалість перебування рекреанта в рекреаційному районі.

Наведемо також таблицю показників, що визначив В.І. Мацола, економічно припустимих рекреаційних навантажень на природні ландшафти (табл. 14.1).

Таблиця 14.1. Показники допустимих рекреаційних навантажень на природні ландшафти

Тип території	Рекреаційне навантаження, осіб/км^2	
	Літо	Зима
Низовинні	100—200	16—48
Горбисті, височини	100—150	30—50
Гірські	120—200	50—100

Слід зазначити, що за допомогою цієї таблиці можна обчислити логістичний потенціал, тобто максимальне туристичне навантаження (проєктний потік), для, наприклад, національного парку в Карпатах, площа якого становить 100 км^2 для гірськолижного туризму. Подано також формули для визначення місткості бальнеологічних та кліматичних курортів:

$$W_Б = Q_Д \cdot f \quad \text{та} \quad W_К = S \cdot N_p,$$

де $W_Б$— сумарна місткість бальнеологічного курорту (осіб); $Q_Д$ — сума дебіту всіх джерел (м^3/доба); f — коефіцієнт, що враховує тривалість роботи курорту, витрати води на одну процедуру, середню кількість процедур на одного рекреанта (f = 2 - 3); $W_К$— сумарна місткість кліматичного курорту (осіб/га); S — величина території природних ландшафтів (га); N_p — норма навантаження на ландшафт (осіб/га). Корисними з погляду логістики туризму є нормативи рекреаційного навантаження на природні комплекси (табл. 14.2).

Таблиця 14.2. Нормативи рекреаційного навантаження на природні комплекси

№ з/п	Природні комплекси для рекреації та туризму	Нормативи навантаження	
		Одиниця вимірювання	Показник

1	Приміські зони відпочинку	м^2/осіб	80
2	Сосновий сухий бір	осіб/га	0,5—1
3	Широколистяний вологий ліс	осіб/га	3—5
4	Луки	осіб/га	5—10
5	Берегова лінія озер або ставків із проточною водою	м/осіб	5 (діти — 4)
6	Морські пляжі	м^2/осіб	5
7	Морські пляжі в закладах для хворих туберкульозом та з порушенням функцій опорно-рухового апарату	м^2/осіб	12
8	Акваторія для купання в морі (річці)	осіб/га	300—500 (окремі джерела — 2000 тис.)
9	Акваторія для купання в непроточних водоймах	осіб/га	1000
10	Акваторія для катання на моторних човнах і водних лижах	осіб/га	0,5—1

Особливу увагу звертають на те, що під час обчислення місткості територіально-рекреаційних систем важливо враховувати психофізіологічну комфортність (її визначають можливістю одночасного проведення в межах певної території будь-яких рекреаційних занять певною кількістю людей, не завдаючи шкоди їх психічному здоров'ю у процесі забезпечення основних гігієнічних потреб). Наприклад, для спокійного відпочинку гігієністи рекомендують 500—800 м^2 лісопарку на одну людину; для активного — 100—130 м^2/осіб; для купання в морі — 100—200 осіб/га. Робиться правильний висновок, що під час організації рекреаційної діяльності слід пам'ятати: перевищення показників рекреаційної місткості та нещадна експлуатація природних ресурсів території нездатні забезпечити очікуваних надприбутків. У результаті подібної політики рекреанти втрачають інтерес до відпочинку в такій місцевості та шукають нові, менш освоєні регіони.

Метод порогового аналізу, запропонований І.Г. Смирновим, ґрунтується на твердженні про те, що логістичний потенціал ресурсної бази туризму в регіоні охоплює низку взаємопов'язаних складових: 1) рівень кількості відвідувань регіону (туристичний потік), перевищення якого призводить до шкідливих екологічних або інших наслідків у результаті дії власне туристів або функціонування обслуговувальної інфраструктури; 2)

певний обсяг туристичного потоку в регіон, у результаті чого спостерігаються негативні наслідки для місцевого населення, а отже, і погіршення взаємин із туристами; 3) рівень туристичного потоку, перевищення якого зумовлює руйнівний вплив на невідновлювальні туристичні об'єкти — витвори мистецтва, архітектурно-історичні комплекси. У таких випадках логістичний потенціал обмежує граничні величини туристичного потоку до рекреаційно-туристичних ресурсів регіону. Саме з метою оцінювання рекреаційно-ресурсного потенціалу регіону та визначення перспектив його розвитку доцільно застосовувати *математичний метод порогового аналізу.* Під час його першої фази встановлюють ступінь використання всіх видів рекреаційно-ресурсного потенціалу регіону. Для цього слід помножити загальну кількість споживачів рекреаційних ресурсів регіону й об'єктів туристичної інфраструктури на нормативний показник застосування в розрахунку на одну особу. Порівнюючи отриману величину з фактичною ресурсною базою, можна обчислити співвідношення між ними. За умови виявлення недостатньої ресурсної бази для туристичного потоку в певний регіон виникає потреба додаткових капітальних вкладень з метою розвитку ресурсного потенціалу регіону або вживання заходів щодо стримування туристичного потоку. Другий етап аналізу полягає в дослідженні можливостей розвитку туризму в регіоні. Спочатку варто передбачити показники збільшення туристичного потоку. Такий прогноз здійснюють на основі *статистичного методу коригованої екстраполяції,* для чого слід мати спостереження за досить тривалий період. При цьому враховують, що додаткові інвестиції, потрібні для забезпечення відповідності фактичного та необхідного потенціалів, вже виконані. Заключний етап другої фази аналізу — це розрахунки необхідних додаткових витрат для задоволення потреб передбачуваного туристичного потоку на тому чи іншому виді рекреаційно-туристичного ресурсу.

Підхід із використанням кількісних показників рекреаційно-туристичних ресурсів є основою *економічних методів* визначення логістичного потенціалу відповідних ресурсів, які стверджують, що наявність туристичних ресурсів визначає інвестиційну атрактивність туристичних територій і зон. Логістична оцінка туристичного ресурсу, у тому числі об'єкта культурної спадщини, має ґрунтуватися на його кількісних характеристиках. Їх, у свою чергу, слід пов'язувати з видами туристичної діяльності, які генерує певний ресурс, і його середовищем. Наприклад, якщо середовищем є земля

(суходіл), то її туристичним ресурсом можуть бути гори: цей ресурс спричинює появу таких видів туристичної діяльності, як альпінізм, скелелазіння, спелеотуризм, трекінг, екологічний туризм тощо. Водне середовище з ресурсом "річка — озеро — море — канал" генерує різні види водного туризму: круїзи, яхтинг, підводне плавання, дайвінг, спускання на плотах, плавання на човнах, рибальство тощо. Для узагальненого економічного (а також логістичного) оцінювання пропонують два параметри: 1) потенційна місткість (потенціал) туристичного ресурсу (його максимальне значення, визначене на конкретний період часу без обмежень у споживанні) —R_n; 2) споживча місткість ресурсу (фактичне значення обсягу ресурсу, доступного для споживання протягом конкретного проміжку часу, з урахуванням обмежень споживання, сезонності, транспортної доступності тощо) —R_c. Отже, споживча місткість ресурсу дорівнює

$$R_c = R_n - \sum_{i=1}^{m} K_i \ ,$$

де K_i — значення прийнятих обмежень споживання рекреаційно-туристичного ресурсу, які змінюються від 1 до m.

Розмірністю споживчої місткості ресурсу можуть бути кратність його споживання (дві туристичні групи за тиждень) або чисельність туристів, які відвідують об'єкт за одиницю часу (осіб/рік, людино-день тощо). У низці випадків ЛП РТР обчислюють за допомогою показника економічної продуктивності ресурсів. Так, продуктивність туристичних ресурсів у вигляді мисливських угідь, що оцінюється шляхом виходу здобичі з одиниці площі (230 кг/1000 га), дає підстави визначити максимально можливу завантаженість мисливських угідь (285 500 людино-днів/рік). Відповідно оцінюють ресурси рибальства на підставі продуктивності водоймища в кг/га або кг/км^2, а потім — максимально можливий потік туристів-рибалок із застосуванням певної норми вилову на одного туриста. У процесі оцінювання грибних та ягідних угідь була визначена їх продуктивність у 10—30 т/км^2, що становило в розрахунку на одного туриста 3—10 кг/рік. Отже, знаючи площу ресурсу, встановивши його продуктивність та раціональну середню норму споживання, можна розрахувати максимально можливий допустимий потік туристів на цей ресурс, тобто обчислити його логістичний потенціал за формулою, запропонованою автором:

$$ЛП_{ртр}=\frac{Пртр*ПРртр}{НСртр}$$

де $ЛП_{ртр}$ — логістичний потенціал рекреаційно-туристичного ресурсу (осіб/рік-сезон); $П_{ртр}$ — площа рекреаційно-туристичного ресурсу (га, км^2); $ПР_{ртр}$ — продуктивність рекреаційно-туристичного ресурсу за рік/сезон (кг, т/га, км^2); $НС_{ртр}$ — середня норма споживання рекреаційно-туристичного ресурсу в розрахунку на одного туриста за рік/сезон (кг/добу).

Наступний *підхід* до визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму — *рекреагеографічний,* — має багату джерельну базу, оскільки спроби узагальнено оцінити туристичні ресурси здійснювали ще в 1960—1970 рр. низка видатних спеціалістів економічної географії. У їхніх працях, окрім якісних фізико-географічних характеристик туристичних ресурсів, було запропоновано декілька оціночних показників, наприклад: місткість природно-рекреаційних ресурсів (млн. людино-днів/рік), місткість пізнавально-рекреаційних ресурсів (млн. людино-днів/рік); туристичне навантаження на природні комплекси (осіб/км^2). Саме ці показники є основою туристичного районування територій, але вони не відображали на достатньому рівні економічну сутність туристичних ресурсів, як товару за ринкових умов, та унеможливлювали відповідну логістичну оцінку ресурсної бази туризму. Із появою правових механізмів оцінювання нерухомості, інтелектуальної власності, бізнесу та довільних об'єктів громадянських прав потрібна була розробка економічних і логістичних параметрів оцінки (фізичних показників оцінювання) туристичних ресурсів, тобто для різних видів і типологій ресурсів слід визначити їх економічну (ринкову) вартість та логістичний потенціал. У зв'язку з браком єдиного кадастру туристичних ресурсів України фахівці в галузі оцінки практично позбавлені традиційної оцінкової бази, а також ускладнюється процес вибору економічних та логістичних показників, що є підставою їх раціонального споживання та відтворення туристичних ресурсів, податкообладнання, формування структури ціни туристичного продукту, рентних відносин тощо.

Зазначені вище теоретичні положення надзвичайно актуальні для багатьох регіонів України, наприклад, для Бердичівщини з її значними туристичними ресурсами. Щоб розвивати туризм, скласти плани сталого туристичного розвитку території

Бердичівщини, попередньо слід з економічного та логістичного поглядів оцінити ресурсну базу рекреації та туризму в Бердичеві та районі. Де дасть змогу визначити вхідний туристопотік, а отже, й обсяги створення потрібної матеріально-технічної бази й туристичної інфраструктури. На завершальному етапі потрібно з'ясувати ринкову вартість туристичних ресурсів Бердичівщини та можливу туристичну ренту, як факторний дохід із туристичних ресурсів, які отримує власник. Власником туристичних ресурсів може бути держава в особі місцевих органів влади, а також фізичні та юридичні особи, за якими закріплено право власності.

14.3. Розрахунок логістичного потенціалу морської пляжної зони

Результати аналізу підходів та методів до визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму (ЛП РБТ, про них йшлося вище) подано в табл. 14.3. Як видно, кожен підхід має достатню сукупність методів, які можна застосувати в логістиці туризму, зокрема, для обчислення ЛП РБТ як складової логістичної моделі сталого розвитку туризму. В цьому полягає цінність та ефективність логістичного підходу до сталого розвитку туризму: якщо майже всі розглянуті у попередньому пункті підходи до визначення логістичного потенціалу РБТ (тобто рекреаційної туристичної місткості ресурсів, об'єктів і територій) на цьому зупиняються, то логістика туризму йде далі, пов'язуючи ЛП РБТ із ЛП МТБ та ЛП ТП, та встановлює оптимальне співвідношення між ними в межах логістичної моделі сталого розвитку туризму в регіоні, країні.

Таблиця 14.3. Підходи та методи до визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму

Підхід	Методи логістичної оцінки РТР, які можна використати в логістиці РБТ
1. Рекреалогічний	Визначення рекреаційної місткості території (максимальної, оптимальної, прогнозованої). Показники допустимих рекреаційних навантажень на природні ландшафти. Нормативи рекреаційного навантаження на природні комплекси. Визначення місткості кліматичних курортів. Визначення місткості бальнеологічних курортів
2. Статистико-математичний (порогового аналізу)	Виокремлення взаємопов'язаних складників у складі логістичного потенціалу РТБ у регіоні. Математичний метод порогового аналізу, що передбачає дві фази: а) визначення ступеня використання всіх видів рекреаційно-ресурсного потенціалу регіону; б) дослідження можливостей розвитку РБТ у зв'язку з розвитком туризму в регіоні за допомогою статистичного методу коригованої екстраполяції

3. Економічний (кількісних показників)	Розрахунки кількісних характеристик РТР з урахуванням видів туристичної діяльності, які генерує певний ресурс. Економічна оцінка РТР на двох параметрів: потенційної та споживчої місткості ресурсу. Визначення логістичного потенціалу РТР через показник економічної продуктивності ресурсів
4. Рекреагеографічний	Встановлення якісних та кількісних показників РТР. Картографічний метод. Туристичне районування територій. Застосування показників оцінювання РТР: місткості природно-рекреаційних і пізнавально-рекреаційних ресурсів; туристичного навантаження на природні комплекси

Отже, в логістиці туризму, зокрема логістиці РБТ, метою якої є забезпечення сталого розвитку туристичного комплексу загалом, використовують методи рекреалогії: а) методи визначення рекреаційної місткості території (тобто логістично-рекреаційного потенціалу території); б) показники та нормативи допустимого (максимально можливого) рекреаційного навантаження на природні ландшафти та комплекси (у розрахунках їх логістичних потенціалів); в) методи визначення місткості (логістичного потенціалу) кліматичних (тобто площинних ресурсних об'єктів) та бальнеологічних (тобто точкових ресурсних об'єктів).

Із методів, запропонованих у межах *статистико-математичного підходу* (або *порогового аналізу)* в логістиці РБТ слід застосовувати власне математичний метод порогового аналізу, що охоплює два етапи: 1) визначення рівня використання всіх видів рекреаційно-ресурсного потенціалу регіону; 2) вивчення можливостей розвитку РБТ у зв'язку з розвитком туризму в регіоні за допомогою статистичного методу коригованої екстраполяції.

Економічний підхід (кількісних показників) з погляду логістики туризму цікавий, насамперед, методом кількісних характеристик РТР (тобто визначення їх логістичного потенціалу) з урахуванням видів туристичної діяльності, який генерує певний ресурс, а також методом визначення ЛП РТР через показник економічної продуктивності ресурсів (останнє, зокрема, стосується рекреаційно-туристичних ресурсів, яким властива економічна продуктивність, наприклад, це ресурси рибальства, мисливства, збирання грибів, ягід, диких медичних рослин, квітів тощо).

Рекреагеографічний підхід з його значним теоретично-практичним доробком корисний для логістики туризму та логістики РБТ, насамперед, унаслідок застосування показників оцінювання РТР (місткості природно-рекреаційних та пізнавально-рекреаційних ресурсів, туристичного навантаження на природні комплекси), а також картографічного методу і методу туристичного районування території. В сучасних ринкових умовах господарювання, в тому числі в туризмі, рекреагеографічні методи із застосуванням логістичного (передусім, потокового) підходу дають змогу вирішувати практичні питання визначення логістичного потенціалу різноманітних видів РТР. Водночас варто зазначити, що рекреагеографічний підхід, як і охарактеризовані вище інші, використовують в основному до природно-рекреаційних ресурсів, у той час як суспільно-історичні ресурси розглядають значно менше і неконкретно.

Щоб визначити логістичний потенціал морської пляжної зони, скористаємося алгоритмом розрахунків Л.М. Донченка (з логістичними доповненнями автора).

1. Вираховується показник забезпеченості берегової лінії пляжами:

$$З_п = L_п / L_{заг}$$

де $З_п$ — забезпеченість пляжами; $L_п$— довжина пляжів; $L_{заг}$— загальна довжина берегової лінії.

2. Обчислюється показник максимально можливої місткості пляжів:

$$M_п = L_п / C_н$$

де $M_п$ — максимально можлива одноразова місткість пляжів, осіб; $C_н$ — санітарна норма довжини пляжу на одну особу (0,2 м/особу).

3. Визначають показник ступеня використання пляжних ресурсів:

$$В_п = \frac{M_Đ}{M_Ї}$$

де $В_п$ — ступінь використання пляжних ресурсів організованими туристами, %; $M_р$ — місткість рекреаційних підприємств, осіб.

4. Визначається показник максимально можливої річної місткості пляжів:

$$M_{мр} = M_п \cdot Т,$$

де $M_{мр}$ — максимальна річна місткість пляжів, осіб за день; Т — тривалість періоду зі сприятливими погодними умовами для відпочинку, днів.

5. Обчислюють показник максимального річного туристопотоку:

$$П_{мр} = \frac{M_{МР}}{T_{СТ}}$$

де $П_{мр}$ — максимальний річний туристопотік, осіб; $Т_{ст}$ — середня тривалість туру, днів.

14.4. Визначення туристично-логістичного потенціалу (допустимого туристичного навантаження) для великого міста

Визначення допустимого туристичного навантаження на велике місто є складнішим, ніж для інших туристичних дестинацій. Це зумовлене особливостями великих міст та специфікою розвитку в них туризму. Пропонований підхід з визначення допустимого туристичного навантаження орієнтований, насамперед, на великі міста, що є центрами пізнавального туризму - Київ, Одесу, Рим, Париж та інші. Сутність підходу полягає у визначенні взаємозв'язку пропускної спроможності об'єктів культурно-історичного потенціалу великого міста з необхідністю та достатністю розвитку готельного комплексу в ньому, а також інших елементів туристичної інфраструктури. Основу пропонованого підходу становить цільова туристична спрямованість міста, насамперед, на пізнавальний туризм та методика ЮНВТО з розрахунку пропускного потенціалу історико- архітектурних та виставкових об'єктів. Отже в розрахунках виділяються наступні етапи:

1. Диференціація за цілями подорожі на основі моніторингу туристичних потоків. Це надзвичайно важливе для визначення мети та програми перебування туриста в місті. Весь туристичний потік (D) приймається за 100 % та визначається частка кожного конкретного виду туризму.

$$D = d1 + d2 + d3 + ... dn ,$$

де d1 - пізнавальний туризм (%), d_2 - діловий туризм (%), d_3 - паломницький туризм (%), dn - інші види туризму (%).

2. Визначення щоденної пропускної здатності найбільш відомих та відвідуваних туристичних об'єктів, що формують культурно-історичний потенціал великого міста, який і притягує туристів (С):

$$C = (c1 + c2 + c3 + ...) (1 - I_г) ,$$

де c_1 - пропускна спроможність об'єкту 1; c_2 - пропускна спроможність об'єкту 2; c_3 - пропускна спроможність об'єкту 3; $I_г$ - коефіцієнт коригування відвідання об'єкту

місцевими мешканцями та неорганізованими туристами.

Для визначення щоденної пропускної спроможності (логістичного потенціалу) культурно-пізнавального об'єкту пропонується наступна методика, розроблена автором на підставі алгоритму, рекомендованого ЮНВТО для архітектурно-історичних та виставкових об'єктів (рис. 14.3):

1. Визначається пропускний потенціал об'єкту:

$$П = Т / Щ,$$

де П - пропускний потенціал об'єкту (осіб); Т - площа об'єкту ($м^2$); Щ - рекомендований стандарт щільності відвідувачів ($м^2$/туриста).

2. Визначається коефіцієнт ротації:

$$Кр = Ч / В,$$

де $К_р$ - коефіцієнт ротації; Ч - кількість годин на день, коли об'єкт відкритий для туристів (год.); В - середня тривалість відвідування (год.-хвил.).

3. Визначається максимально допустима кількість щоденних відвідувачів

$$Мв = П • Кр ,$$

де Мв - максимальна допустима кількість щоденних відвідувачів (осіб); П - пропускний потенціал об'єкту (чол.); Кр - коефіцієнт ротації.

4. Визначається максимально допустима кількість відвідувачів за рік (логістичний потенціал):

$$МВ_р=М_в(365-n),$$

де $МВ_р$ – максимальна допустим а кількість відвідувачів за рік(осіб); $М_в$ – максимальна допустима кількість щоденних відвідувачів (осіб); n – число неробочих і святкових днів у році.

Як приклад наведемо розрахунок логістичного потенціалу (тобто максимально можливого річного туристопотоку) для туристичного об'єкту - середньовічної фортеці площею 10 000 $м^2$ (Т = 10 000 $м^2$) та стандартом щільності відвідувачів Щ = 5 $м^2$/1 туриста. Отже, спочатку визначаємо пропускний потенціал об'єкту: П = 10000/5 = 2000 туристів. Далі розраховуємо коефіцієнт ротації: $К_р$ = 8 год/1 год. 40 хв. = 4,8. Нарешті отримуємо значення логістичного потенціалу фортеці, тобто максимально можливий туристопотік становитиме $М_в$ = 2000 • 4,8 = 9600 осіб/день.

Тезу можна продовжити на прикладі національного заповідника «Софія Київська»,

де знаходиться унікальна архітектурна пам'ятка XI ст. - Софіївський собор. Зрозуміло, що тут спостерігається щоденний (крім вихідного - четвер) інтенсивний потік відвідувачів. Як же його можна оцінити з точки зору логістики туризму? Будівля Софіївського собору має два поверхи, але для відвідувачів відкритий перший поверх. Його площа визначена як добуток довжини та ширини приміщення собору, становить 37 х 55 = 2035 м^2. За думкою екскурсоводів - працівників музею оптимальною кількістю екскурсійних груп, що одночасно можуть знаходитися в соборі, є три. Враховуючи що число відвідувачів в одній групі дорівнює 50-60 осіб, це дає цифру одночасного оптимального туристопотоку в соборі 150-180 осіб.

Відповідно можна визначити показник стандарту щільності відвідувачів для собору (або норматив допустимої щільності туристів):

$$Щ = \frac{2035}{180} = 11{,}3 \text{ м /турист.}$$

Софіївський собор відкритий для відвідування щоденно (крім четверга) з 10^{00} до 18^{00} (вісім годин), а тривалість екскурсії (разом з перервою) складає біля 1 год. (45 хв. - екскурсія + 10 хв. - перерва). Отже, коефіцієнт ротації складе:

$$Кр = {}^{8}/_{1} = 8.$$

За формулою визначення максимального щоденного потоку відвідувачів (логістичного потенціалу), для історико-архітектурного об'єкту розрахуємо цей показник для Софії Київської:

$$М_в = 180 \bullet 8 = 1440 \text{ осіб.}$$

Зазначимо, що нині за інформацією працівників музею, у соборі одночасно можуть перебувати 5-6 екскурсійних груп, отже рекреаційне навантаження та показник щільності відвідувачів зростає вдвічі проти оптимальних норм. Зрозуміло, що таке значне перевищення величини туристопотоку в соборі порівняльно з оптимальними показниками не впливає позитивно ні на якість проведення екскурсій (якість турпродукту), ні на стан самого Софіївського собору, де, як відомо, знаходяться унікальні фрески та мозаїка, виконані в XI ст.

5. Визначення розміру існуючого номерного фонду засобів розміщення великого міста, що задовольняють певним стандартам якості та потреби різних сегментів туристичного потоку (Н):

$$H = h1 + h2 + h3 + I_n ,$$

де - h_1 - кількість місць у готелях вищої категорії; h_2 - кількість місць у готелях середньої категорії; h_3 - кількість місць у готелях нижньої категорії; I_n - кількість місць на туристичних поромах, що прибувають у місто (для приморських міст-портів).

6. Визначення кількості розміщень із розрахунку „1 гість - 1 ліжко- місце" для туристів, що прибули безпосередньо або опосередковано з метою пізнавального туризму (К). При цьому слід врахувати, що існує певний відсоток гостей, які суміщають головну мету свого перебування у великому місті з пізнавальним туризмом (наприклад, організація культурної програми в межах ділових перемовин у випадку ділового туризму). Номерний фонд засобів розміщення міста слід скоригувати на кількість місць на туристичних поромах (або круїзних суднах), що прибувають до великого міста, оскільки основною метою круїзних туристів є власне пізнавальний туризм:

$$T = (H - I_n)\, d1 ,$$

$$K = [(H - I_n) - T]\, I_o + T + I_n ,$$

де Т - кількість місць у засобах розміщення великого міста, що відповідає кількості туристів, мета приїзду яких - пізнавальний туризм; d1 - частка пізнавального туризму в туристичному потоці; I_o - коефіцієнт туристів, що відвідують об'єкти туристичного показу, але чия мета візиту не відповідає пізнавальному туризму.

7. Визначення допустимої норми збільшення номерного фонду засобів розміщення в місті (ліжко-місць) для туристів, що прибувають з пізнавальною метою, враховуючи допустиму пропускну здатність об'єктів культурно-історичного потенціалу великого міста (Р):

$$P = C - K.$$

14.5. Застосування логістичних стратегій в міжнародному туризмі

Важливим критерієм пропонованого підходу виступають відомі об'єкти туристичного показу, тому чим більш розвинутим є культурно-історичний потенціал великого міста і чим вищий ступінь його диференційованості, тим ширшими є межі максимальної пропускної здатності. При цьому під культурно-історичним потенціалом слід розуміти як результати діяльності людського суспільства в матеріальній формі, так і результати духовного розвитку, тобто матеріальні та духовні цінності, створені попередніми поколіннями, що відбивають їхні традиції, звичаї та особливості побутової

та господарчої діяльності. Як правило чим старішим (в історичному плані) є велике місто, тим більш багатою є його культура та тим вищим є його культурно-історичний потенціал. Усе це впливає на розвиток туризму, зокрема пізнавального.

Для розвитку туризму та збільшення пропускної здатності туристичної дестинації повинна проводитися спільна робота на рівнях:

- адміністрації туристичної дестинації (просування та позиціонування об'єктів туристичної атрактивності на туристичному ринку;
- об'єктів туристичної атрактивності;
- туристичних фірм (розробка нових екскурсійних програм з включенням до них об'єктів, що є новими та атрактивними для туристів, тобто диверсифікація діяльності).

Тісна та взаємопов'язана робота на всіх трьох рівнях дозволить розширити межі використання культурно-історичного потенціалу міста, а його розвинутість та диференційованість надасть суттєву допомогу в розвитку пізнавального туризму, як свідоцтва туристичної освоєнності культурно-історичного потенціалу туристичної дестинації. Структурно- оціночна таблиця логістичного потенціалу туристичних ресурсів дестинації наводиться нижче (табл. 14.1).

У туристичній дестинації потрібна робота спеціальної служби (відділу) маркетингу, яка має завданням вивчення стану справ у дестинації з точки зору перспектив розвитку туризму. Маркетингова служба також має доповнювати статистичні дані проведенням власних маркетингових досліджень у сфері туризму дестинації з метою оцінки можливостей та прихованих резервів розвитку останньої, виявлення потреб та можливостей туристів, аналізу перспектив розвитку окремих видів туризму, визначення нових об'єктів, що зацікавлять туристів, тощо. Така інформація допоможе точно встановити рівень допустимого туристичного навантаження на туристичну дестинацію та її об'єкти з боку туристів, а це дозволить:

- забезпечити раціональне та стале функціонування дестинації, а також запобігання негативним, проблемним ситуаціям для життєдіяльності місцевого соціуму (наприклад, загострення транспортної ситуації в місті тощо);
- запропонувати якісний туристичний продукт, що забезпечить максимальний ступінь комфорту під час перебування туристів у дестинації та надасть можливість вільного доступу до об'єктів туристичної привабливості;

- знизити негативні наслідки культури в дестинації, наприклад, її надмірну комерціалізацію, та поліпшити міжособистостні взаємовідносини місцевого населення та туристів.

Таблиця 14.1. Структурно-оціночна таблиця логістичного

потенціалу туристичних ресурсів дестинацп

Категорія туристичних ресурсів	Вид ресурсу	Критерії оцінки	Лімітуючі чинники	Загальний лімітуючий чинник
Культурно-історичні	Об’єкти туристично-екскурсійного показу	Світовий рівень Національний рівень Місцевий рівень	Норма пропускної спроможності об’єкту	Допустиме туристичне навантаження на дестинацію та її об’єкти
Інфраструктури	Засоби розміщення	Класність (зірковість) Орієнтованість підприємства на певні споживчі сегменти Інші критерії	Кількість місць номерного фонду	
	Підприємства харчування	Тип підприємства Класність підприємства Кухонна спрямованість Інші критерії	Кількість посадкових місць або страв, що надаються	
	Транспортна інфраструктура	Види транспортної доступності Інтенсивність руху Інші критерії	Пропускна спроможність транспортної системи	
	Торгівля	Види продукції Інші критерії	Насиченість ринку товарами	
	Банківська система (банки)	Види послуг Інші критерії	Кредитні можливості банку	
	Інша обслуговуюча туристична інфраструктура	Різноманітна сукупність критеріїв	Критерії можливості обслуговування	
Природно-рекреаційні	Кліматичний чинник	Температурний режим Режим опадів Атмосферна циркуляція Вітровий режим Інші критерії	Режим впливу	
	Водний ресурс	Вид ресурсу Оцінка берегу Характеристика дна Санітарно-логістичні характеристики Застосування в	Допустиме антропогенно-туристичне навантаження: технологічне та психологічне	

		розвитку туризму Інші критерії		
	Садово- парковий ресурс	Види ресурсу Тематика ресурсу Інші критерії	Екологічно обґрунтована пропускна спроможність	

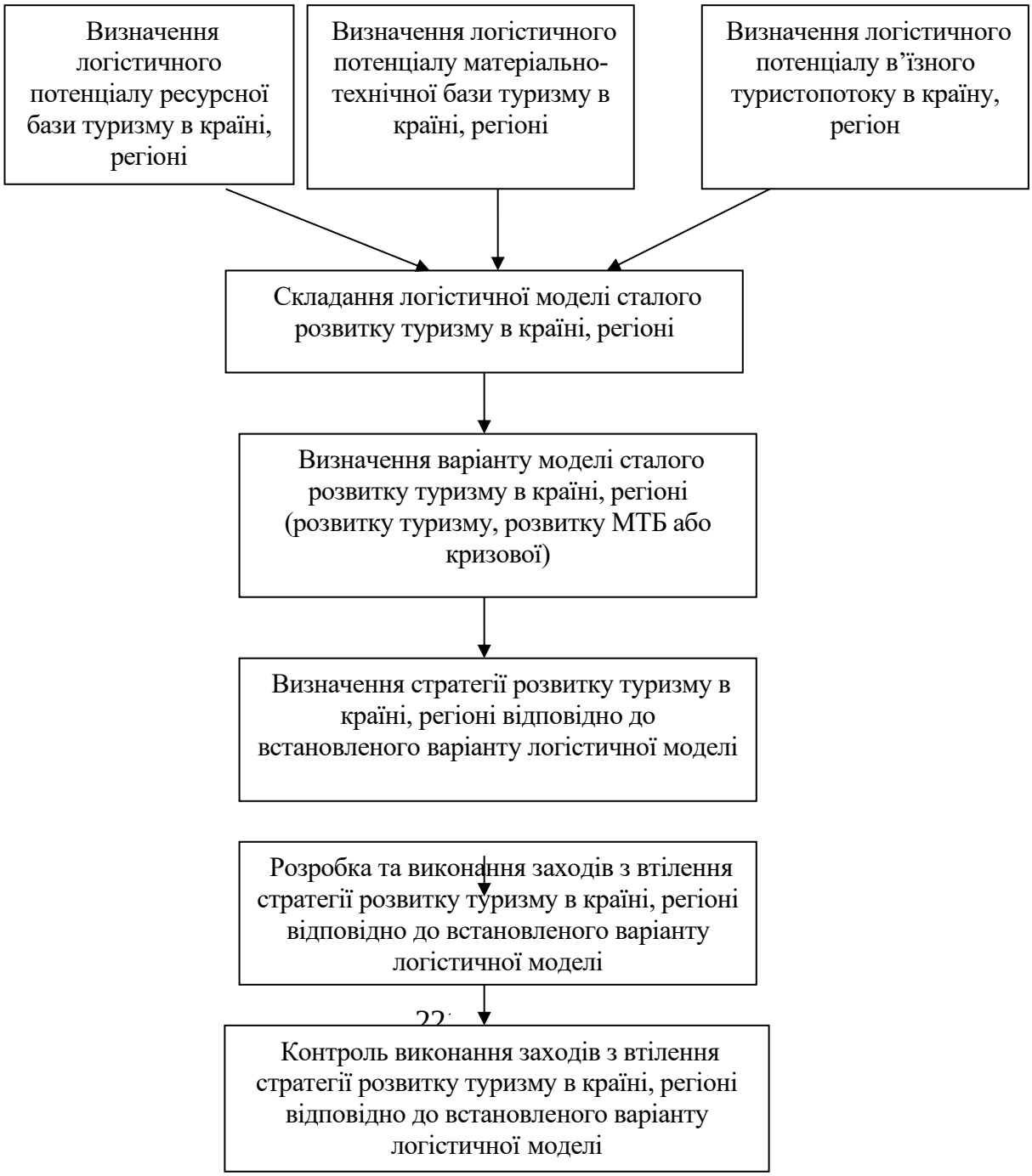


Рис. 14.5. Організаційна схема стратегічного логістичного менеджменту в міжнародному туризмі

Таким чином, логістичний менеджмент туристичних ресурсів та об'єктів туристичної дестинації є в стані забезпечити сталий розвиток міжнародного туризму

та високу якість пропонованого туристичного продукту, з цією метою в статті пропонується алгоритм та практична методика визначення допустимого туристичного навантаження на природно- рекреаційні та історико-культурні туристичні ресурси країн світу та регіонів. На прикладі відпочинкового морського туризму та пізнавального туризму у великому місті розглянуто проблему та запропоновано методику визначення безпечного туристичного навантаження та регулювання міжнародних туристопотоків у туристичних дестинаціях. На базі застосування алгоритму логістичного аудиту рівня сталості туристичної індустрії країни, регіону запропоновано організаційну схему стратегічного логістичного менеджменту в міжнародному туризмі.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. У чому полягає особливість туристичної галузі на відміну від інших галузей сфери послуг?
2. Чим зумовлюється, насамперед, місткість туристичного ринку?
3. Поясніть специфіку туристичного споживання.
4. Визначте сутність поняття "природно-ресурсний потенціал території".
5. Що таке рекреаційно-ресурсний потенціал території?
6. В якій частині комплексної структури логістики туризму розміщена логістика рекреаційно-туристичних ресурсів?
7. Як пов'язані місткість ресурсної бази туризму та місткість туристичного ринку певної території?
8. У чому полягає логістична оцінка ресурсної бази туризму?
9. З'ясуйте, у працях яких українських дослідників туризму подано класифікацію рекреаційно-туристичних ресурсів.
10. Які чотири підходи розрізняються у методиці визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму?
11. Охарактеризуйте рекреалогічний підхід до визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму.
12. У чому полягає сутність статистико-математичного методу?
13. З'ясуйте поняття економічного методу визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму.
14. Визначте сутність рекреагеографічного методу щодо обчислення ЛП РБТ.
15. Який алгоритм розрахунків із визначення логістичного потенціалу морської пляжної зони?
16. Який алгоритм розрахунків із визначення логістичного потенціалу історико-архітектурних об’єктів?

Розділ 15. ЛОГІСТИКА ТУРФІРМИ

15.1.Концепція логістики турфірми

Логістику турфірми розглядають, як один із засобів ефективного менеджменту в туризмі. Логістика турфірми - це специфічна логістична діяльність у туризмі, сутність якої полягає у плануванні, управлінні та контролі операцій, які здійснюють у процесі розробки туру, його формування та доведення готової продукції до споживача згідно з

його інтересами та вимогами. Логістика турфірми охоплює також процеси надання, зберігання й обробки відповідної інформації.

Турфірма визначає логістику як ефективний підхід до управління туристичними, матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками в туристичному комплексі з метою зменшення витрат на виробництво і реалізацію туристичного продукту (рис 15.1-15.2). Логістику також вважають конкурентною зброєю на ринку та управлінською філософією в туризмі. Результатом логістизації туристичної діяльності є необхідний обсяг турпакетів, що пропонуються на конкурентному ринку та реалізуються на певні терміни подорожі із відповідним узгодженням замовлень і транспорту.

Логістика туризму на рівні фірми охоплює такі функціональні сфери:



Рис. 15.1. Місце логістики в структурі туристичного господарства (туроператора)

1) інформаційна, що передбачає: а) планування туру; б) обробку замовлень; в) прогнозування попиту;

2) транспортна, до складу якої входять: а) вибір виду транспорту; б) вибір компанії-перевізника; в) визначення оптимальної схеми перевезень за всім маршрутом;

3) обслуговувальні виробництва, у тому числі: а) ті, що обслуговують процес формування туру; б) ті, які падають послуги туристам;

4) кадрова, що передбачає: а) підбір кадрів; б) їх підготовку та перепідготовку; в) їх розподіл ("кому працювати з паперами, кому - з людьми").



Рис. 15.2. Комплексна схема функцій логістики туризму та її складових на туристичному підприємстві

До логістичної системи турфірми належать такі складові:

1) кількість і розміщення турфірм та їх філій, що загалом мають відповідати числу клієнтів, яких можуть прийняти та обслужити;

2) інфраструктура туризму з єдиними інформаційними та транспортними мережами;

3) зв'язок (у тому числі електронний та Інтернет);

4) транспортна модель, яку турфірма визначає разом із транспортними організаціями.

Серед принципів управління логістичною системою турфірми вирізняють:

1) системний, що передбачає вплив кожного елемента на інший та на логістичну систему фірми загалом;

2) ринковий - потреба пристосування логістики турфірми до вимог ринку, що робить обов'язковим логістичні дослідження потоків клієнтів, тобто застосування маркетингової логістики в туризмі;

3) фаховий - тісний зв'язок процесів розробки турів, їх реалізації та надання відповідних туристичних послуг;

4) інтеграційний, що передбачає об'єднання різних видів діяльності в туристичному бізнесі. Наприклад, якщо немає зв'язку між перевезеннями туристів, бронюванням місць у літаках та продажу турів, то прийняті рішення не будуть оптимальними.

Учасниками логістичних рішень турфірми є:

1) постачальники складових туристичної послуги;

2) транспортні компанії;

3) споживачі (клієнти та туристи);

4) турфірма, яка має обрати оптимальну логістичну стратегію, щоб усіх учасників поєднати в єдину інтегровану систему.

15.2. Стратегія, планування та організаційні форми логістики турфірми

Логістична стратегія турфірми - частина її загальної бізнесової стратегії на туристичному ринку. Відповідно до планування логістики турфірми є складовою загального процесу планування її бізнес-діяльності. Але при цьому логістична політика та стратегія турфірми мають свій конкретний зміст, що передбачає два етапи. На першому логістику турфірми розглядають у зв'язку зі стратегічною метою розвитку фірми. Під час цього досліджують такі питання:

1) ринкові потреби та їх можлива зміна (тоді потрібно міняти і логістику);

2) підвищення вимог до логістики у зв'язку з ринковими змінами;

3) розробка продукції за принципом Парето, який полягає в тому, що основний потік туристів припадає на обмежену кількість турів. Наприклад, якщо турфірма продає два види турів - літній відпочинок у Туреччині та лікування в Карлових Варах (Чехія), то головний потік туристів спрямовуватиметься до Туреччини;

4) окремі види діяльності та складники тур послуг - це, насамперед, стосується процедури отримання візи, котра непотрібна українцям для більшості країн Європи, з якими існує безвізовий режим (країни-члени ЄС), для Туреччини та Єгипту (90 днів).

На другому етапі розробляється детальний господарський план фірми з урахуванням логістики, що передбачає:

1) встановлення логістичних потужностей турфірми, в тому числі стосовно складових туркомплексу (обсяг, асортимент, прогноз попиту тощо);

2) визначення видів транспорту й оцінка перевізників;

3) обрання постачальників на підставі їх рейтингової оцінки (табл. 15.1);

4) формування інформаційної та контрольної систем на підставі створення єдиної комп'ютерної мережі компанії;

5) складання загального бізнес-плану, в якому окремі логістичні складники проєкту пов'язують з іншими аспектами діяльності турфірми; при цьому здійснюється оцінювання з фінансового погляду та розподіл ресурсів, призначених на логістику фірми.

Таблиця 15.1. Рейтингова оцінка постачальників у туризмі

№ з/п	Критерій	Значущість	Оцінки постачальників*			Добуток оцінки та значущості		
			$П_1$	$П_2$	$П_3$	$П_1$	$П_2$	$П_3$
1	Надійність	0,30	7	5	9	2,1	1,5	2,7
2	Ціна послуги	0,25	6	2	3	1,5	0,5	0,75
3	Якість послуги	0,15	8	6	8	1,2	0,9	1,2
4	Умови платежу	0,15	4	7	2	0,6	1,05	0,3
5	Можливість термінових замовлень	0,10	7	7	2	0,7	0,7	0,2
6	Фінансовий стан	0,05	4	3	7	0,2	0,15	0,35
Разом		1,00				6,3	4,8	5,5

Цінність та ефективність логістики розрізняють у випадку великих і малих турфірм. Найбільше переваг від логістики отримують великі турфірми. Відповідно вони мають власних аналітиків та логістів. Малі туристичні фірми часто недооцінюють логістику, не призначають фахових менеджерів з логістики і тому втрачають значні можливості.

Також у логістиці турфірми потрібно враховувати специфіку галузі. Наприклад, фірми, діяльність яких пов'язана з масовим туризмом, які продають готові турпакети і здійснюють перевезення великої кількості туристів, мають вигоду у викупівлі у перевізників великих блоків місць за порівняно низькими цінами. Водночас фірми, котрі займаються індивідуальними турами (VIP-турами), звичайно купують авіаквитки в екзотичні країни за дуже високими цінами.

Відповідальність за управління системою логістики турфірми може бути поділена між різними підрозділами або сконцентрована в одного менеджера (або віце-президента з логістики). Остання тенденція більш прогресивна, оскільки передбачає централізацію управління всією логістичною діяльністю турфірми, а це усуває конфлікти між різними

підрозділами. Ступінь такої централізації залежить від асортименту продукції та ринкового середовища. Так, для турфірм, які мають ринкову (масову) орієнтацію та реалізують велику кількість турів за допомогою тих самих каналів розподілу, доцільно згрупувати всі види діяльності з обслуговування ринку та централізувати їх. У разі VIP -турів така централізація недоцільна, тут ліпше додати елементи логістики в структуру управління фірмою та в ті підрозділи, які власне займаються VIP -турами.

У цілому логістика одразу дає змогу виявити всі організаційні проблеми турфірми, зокрема, у великих компаніях, де потрібно створити окремий відділ логістики під керівництвом віце-президента з маркетингу та логістики. Прикладом такого підходу є турецький туроператор-фірма "Бітена", котра здійснила централізацію системи управління, в результаті якої різні функції чітко поділили між різними підрозділами. Наприклад, екскурсійний відділ розробляє і проводить екскурсії, але не обирає їх теми і не формує їх графік; транспортний відділ виконує трансферти, але не планує перевезення туристів. Питаннями планування і складання графіків займається головне управління фірми, тобто в компанії "Simena" запроваджено поєднання централізованої стратегії планування з децентралізованим виконанням окремих функцій.

15.3. Вертикальна та горизонтальна інтеграції в туризмі

Якість турпродукту значною мірою залежить від послуг, що надають постачальники (засоби розміщення та харчування, транспортування та екскурсійного обслуговування тощо (див. рис. 15.1 та 15.2). Для оцінювання та вибору постачальників слід використати методи, розглянуті у підрозділі 15.2, а також матрицю конкурентного середовища, відповідним чином параметризувавши її до вимог оцінювання ринку постачальників певних послуг. Наприклад, оцінювання послуг розміщення варто починати з вибору певного критерію: за економічним критерієм для аналізу добирають готелі одного класу; за місцезнаходженням - готелі різного класу, але розташовані у певному місці (курортній зоні чи районі). У табл. 15.2 наведена матриця оцінки ринку постачальників готельних послуг. До показників, що аналізуються, можна додати не тільки об'єктивні, а й суб'єктивні характеристики, такі як тривалість спільної роботи та її умови, доброзичливість персоналу і психологічні умови в готелі, кваліфікація виконавців і професійний рівень керівництва тощо.

Подібний метод можна застосувати і в процесі оцінювання ринку посередників у туризмі. Турпродукт створюють і переважно реалізують на туристичному ринку туроператори. Для реалізації турпродукту туроператор використовує власну систему збуту або послуги посередників - турагенцій. Їх добирають з метою поширення впливу на певному ринку з мінімальними витратами, та за гуртовими цінами туроператор реалізує

Таблиця 15.2. Матриця оцінки ринку постачальників складових туристичного продукту

№ з/п	Показник	Оцінка														
		висока					середня					низька				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Клас готелю															
2	Характеристика номерного фонду															
3	Ціни															
4	Місцезнахо-дження															
5	Оцінка зручності розміщення згідно з вимогами туру															
6	Система організа-ції діяльності															
7	Харчування															
8	Додаткові послуги															
9	Ринкова частка, %															

їм свій турпродукт. Таку схему можна розглядати як вертикальну збутову інтеграцію або логістичний ланцюг у туризмі (рис. 15.3).

Горизонтальна інтеграція також має місце на туристичному ринку, її досягають шляхом укладання угод про взаємореалізацію дрібногуртових партій певного турпакету між суб'єктами малого та середнього підприємництва. При цьому можуть діяти різні форми співпраці - від франчайзингу до разових угод із купівлі/продажу певного турпродукту. Досліджуючи ринок посередників, варто звернути увагу, насамперед, на потенціал фірми або спроможність охопити певний споживчий ринок. Базовими показниками аналізу можуть бути динаміка ринкової частки, кадрова політика і прийнята концепція маркетингу, розташування підприємства, логістична схема

реалізації, активність у рекламі, характер організації двостороннього співробітництва тощо.

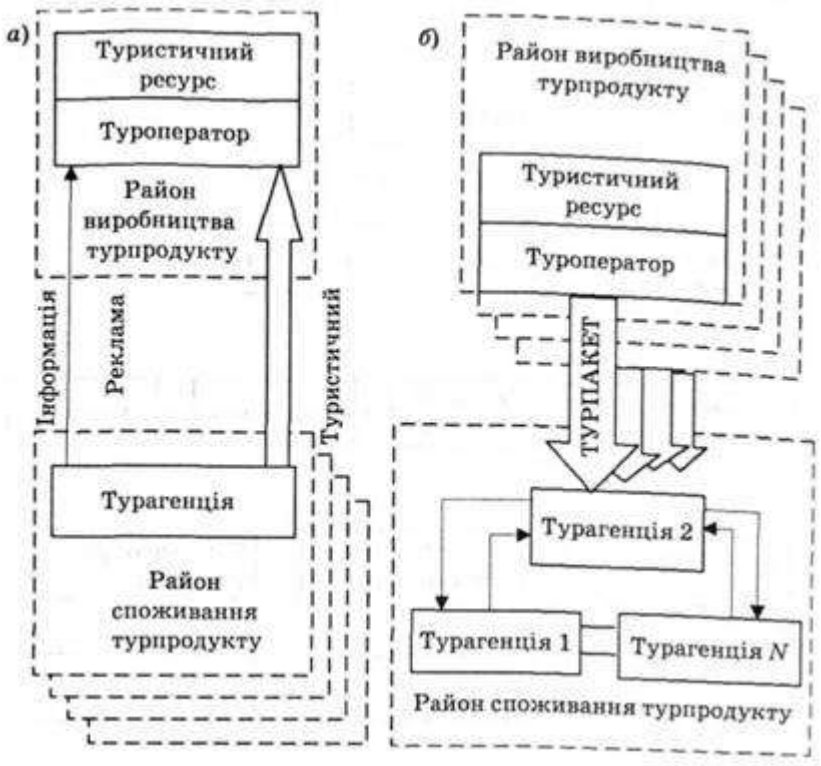


Рис. 15.3. Інтеграція в туризмі: а - вертикальна; б - горизонтальна

15.4. Логістичні канали просування турпродукту: традиційний та новітній підходи

Система просування туристичного продукту через посередницькі організації (туроператори-гуртовики, агенції, субагенції, агенти) називається каналом просування (за аналогією зі збутовими каналами в логістиці). На рис. 15.4 подано можливі схеми ринкових каналів просування продукту туроператора до споживача (туриста).

За схемою 1 найчастіше працюють невеликі туристичні фірми, які практикують самостійний продаж власних турів. Однак великого успіху така діяльність не дає. Вона можлива лише за невеликого обсягу послуг (не більше десяти груп на рік) та, звичайно, поєднується з агентською роботою стосовно продажу чужих турів. Як правило, така фірма обслуговує або конкретне підприємство, або стале та незначне коло клієнтів. Для великого туроператора цей логістичний канал збуту турпродукції неприйнятний.

За схемою 2 діють більш великі туроператори, що мають вже достатні обсяги продажу. При цьому може бути декілька турагенцій. З метою реалізації свого

туристичного продукту такий туроператор залучає множину (іноді понад 1000) посередників - турагенцій і приватних агентів.

На схемі 3 зображено логістичний канал просування турпродукту від рецептивного (на прийманні) туроператора за участю ініціативних операторів у різних країнах, що мають там власну агентську мережу. У процесі реалізації туристичних послуг пріоритетного значення набувають договірні відносини між туроператорами, які за характером операцій поділяють на рецептивні {приймаючі) та Ініціативні (направляючі). Іноді досить важко провести межу між гуртовим туроператором та гуртовою турагенцією. У такому разі найліпше звернутись до Закону України "Про туризм" (нова редакція), згідно з яким туроператором вважається фірма, котра формує турпродукт із власних послуг або комплексу послуг партнерських організацій. Турагенція тільки перепродає продукти або послуги за агентську винагороду або націнку до ціни туроператора.

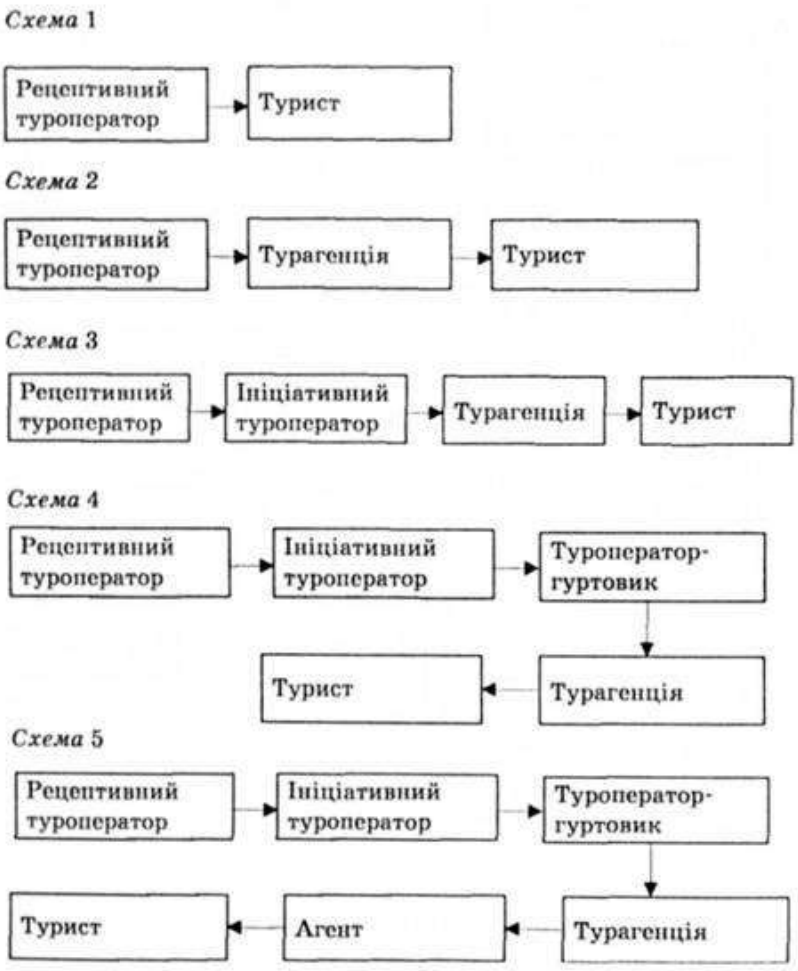


Рис. 15.4. Традиційні логістичні канали просування туристичного продукту

Більшість створених в Україні великих туристичних фірм, що називаються туроператорами (дані 2020 р.):

- **Anex** – 26%,
- **Join UP!** – 23%,
- **TUI** – 14%,
- **Coral Travel** – 10%,
- **Pegas Touristik** – 7,5%,
- **TEZ Tour** – 5%,
- **Компас** – 4,5%,
- **TPG** – 4%,

є ініціативними туроператорами, тобто за сутністю їх вважають гуртовими агенціями. Становлення рецептивного туроперейтингу відбувається дуже складно та повільно. Між рецептивними та ініціативними туроператорами укладаються договори співробітництва, в яких обговорюються великі квоти набуттів (звичайно місця на весь сезон у готелях декількох курортів). Потім ініціативний туроператор спрямовує певну продукцію в агентську мережу для реалізації кінцевому споживачу. Наприклад, київську туристичну фірму "Смайл Тревел" можна назвати ініціативним туроператором по Словенії. Вона активно впроваджує комп'ютерні технології для організації співробітництва з агенціями, в тому числі з використанням Інтернету.

На схемі 4 зображено логістичний канал просування турпродукту за участю гуртовиків (wholesalers). Це посередницькі туроператорські фірми, які працюють у межах певного регіону та централізовано закуповують тури у вітчизняних і зарубіжних туроператорів. Деякі гуртовики спеціалізуються на продажу інклюзив і пекідж-турів, створених невеликими туроператорами та наданих гуртовику до продажу. Традиційно туроператори-гуртовики створюють власні мережі дрібних дилерів (турагенцій). Чим більше буде дрібних місцевих агенцій з продажу турів, тим значнішими є можливості довести інформацію про тур до потенційних туристів та організувати ефективний збут турпродукту. За даними світової статистики, понад 80 % обсягу туристичного продукту реалізують власне невеликі агенції. В логістиці туризму слід враховувати, що за характером операцій туристичні фірми поділяють на роздрібні та гуртові. Роздрібні агенції - це, як правило, невеликі посередницькі заклади з незначним капіталом та обмеженим ринком. Наприклад, за даними журналу "Бізнес", в Україні для створення туристичної агенції під ключ потрібно 10 тис. дол. США (дані 2019 р.). Роздрібні фірми є лише посередниками, тому їх діяльність залежить від політики великих туристичних і

транспортних компаній. Однак турагенції відіграють надзвичайно важливу роль на туристичному ринку, оскільки через них проходить продаж левової частки туристичних поїздок. Досвід діяльності турагенцій у розвинутих туристичних країнах показує, що оптимальною кількістю турагенцій у розрахунку на кількість мешканців є одна агенція на 10 тис. осіб. Щодо України, то, за нашими підрахунками, приблизні показники будуть такі: у Києві одна турагенція припадає на 2 тис. осіб, в Україні загалом відповідно - на 20 тис. мешканців (дані 2019 р.). Роздрібним продажем туристичних послуг вважається довільна діяльність зі збуту цих послуг кінцевим споживачам - туристам для їх особистого некомерційного використання. Роздрібні туристичні фірми працюють на основі безпосередніх зв'язків з клієнтами, яким вони продають послуги підприємств туристичного обслуговування і транспорту.

Гуртові туристичні фірми - великі туроператори (турорганізатори), котрі здійснюють великомасштабні операції з продажу стандартних (або серійних) інклюзив чи пекідж-турів. Гуртовий продаж туристичних послуг розглядають, як довільну діяльність із реалізації цих послуг тим, хто набуває їх з метою перепродажу. Слід зазначити, що особливе значення гуртові туроператори мають у формуванні ринку туристичних послуг. У логістиці туризму вони відіграють роль головних генераторів організованого туризму, в тому числі міжнародного. Гуртовим фірмам доводиться інвестувати у свою діяльність значний капітал, величину якого визначають рекламні витрати, витрати на оренду приміщення для офісу та торговельних залів, на заробітну платню персоналу, формування обігових коштів тощо. На практиці іноді досить складно здійснити чітке розмежування між роздрібними та гуртовими турфірмами, оскільки як одні, так і інші можуть виконувати і роздрібні, і гуртові операції. При цьому гуртові заклади часто мають відділи або філії, що займаються виконанням роздрібних операцій, а роздрібні фірми за певних умов готові здійснювати невеликі гуртові операції. Гуртовий туроператор відрізняється від туроператора роздрібного насамперед тим, що перший послуги не виробляє, а купує їх в іншого, як правило, з метою подальшого перепродажу. Прикладом гуртового туроператора в Україні є консорціум "Галопом по Європах", котрий реалізує готові тури (турпродукти) різноманітних туроператорів під своєю маркою. При цьому фірма активно створює мережу роздрібних агенцій з продажу власних продуктів. В окремих випадках гуртовик може спеціалізуватися лише на

певному виді послуг, передусім обслуговувати готельні ланцюги або транспортні підприємства.

На схемі 5 додано ще одну завершальну ланку – турагента, як фізичної особи (в торгівлі товарами його відповідником є комівояжер, роз'їзний торговець). У великих містах розвинених країн функціонує дуже багато турагенцій, але основний обсяг продажу турів здійснюється не в самих агенціях, а їхніми агентами за межами офісів. Як відомо з курсу туристичного маркетингу, потенційні туристи у зв'язку з низкою психологічних чинників більше довіряють родичам, друзям, знайомим, які були в турпоїздці, ніж рекламі та інформації, що надають в офісах турагенцій (хоча слід зауважити, що останні фактори теж важливі і відіграють позитивну роль). Унаслідок цього виникає потреба в ще одному етапі в ієрархії посередницьких рівнів, що представлена на схемі 5, - це агент, який працює безпосередньо і персонально з індивідуальними споживачами та групами населення, школами, підприємствами тощо. Агент - остання і важлива ланка в логістичному ланцюгу процесу реалізації турпродукту. Він працює за методом прямого продажу та знаходить клієнтів, насамперед, серед своїх родичів і знайомих, за рекомендаціями, на роботі, вдома, в суспільних закладах тощо.

На початку 2000-х років логістична система збуту турпродукту набула двох масових форм: традиційної та нетрадиційної. До традиційних форм продажу туристичних послуг належать ті численні туристичні фірми, для яких ця діяльність є головною, що забезпечує їм дохід і прибуток. Статистика свідчить, що в Україні та за кордоном це одна з найпоширеніших підприємницьких структур у галузі туризму. Наприклад, у США нині нараховують понад 30 тис. турфірм, в Україні – 2500 (2019 р.). За такої значної кількості туристичних фірм спостерігаються істотні відмінності в їх функціональних, структурних, комерційних та логістичних характеристиках. Нетрадиційні форми продажу туристичних послуг виникають та активно розвиваються в галузях, діяльність яких не пов'язана напряму з туризмом (див. рис 15.5). Це можуть бути великі авіакомпанії, банки, страхові компанії, торговельні дома, універсальні магазини та супермаркети (наприклад, «Сільпо- тур»), у структурі бізнесу яких філії з продажу туристичних послуг займають важливе місце. В Україні такі тенденції, які є подальшим розвитком вертикальної інтеграції в туризмі, також мають місце.

Туристичним бізнесом, наприклад, активно займаються авіакомпанія "КийАвіа", яка створила турфірму "КийАвіа-Тур"; міжнародна компанія з прокату автомашин "Avis" (Швеція), що теж мала туристичну філію в Києві тощо. Основна перевага, яку використовують такі компанії в конкурентній боротьбі з традиційними турфірмами, полягає в наявності у них власної мережі численних філій або пунктів продажу, систем бронювання та резервування тощо.

Однією з найсучасніших нетрадиційних форм продажу турпродукту, одночасно однією з найефективніших, є прямий продаж подорожей корпоративним клієнтам. Таку форму реалізації турпослуг застосовують у процесі організації подорожей туристичних груп, до складу яких входять працівники окремих підприємств, закладів, члени спілок, шкіл, університетів, банків, торговельних компаній тощо. Організовані за безпосереднім замовленням корпоративного клієнта, інсентів-тури є перспективними і такими, що активно розвиваються в Україні. Ці тури продають на підставі прямих зв'язків туроператора з самими підприємствами-замовниками з використанням договору-доручення. З метою формування такого логістичного каналу збуту слід мати вичерпну інформацію про підприємства, заклади, організації, з якими туроператор може працювати, як з корпоративними клієнтами. Крім цього, до нетрадиційних форм реалізації турпродукту в сучасних умовах належить продаж турів через глобальні комп'ютерні системи бронювання та резервування (рис. 5.6), а також через Інтернет та соціальні мережі. Такі способи продажу турів і туристичних послуг нині широко впроваджуються як на міжнародному, так і на українському туристичних

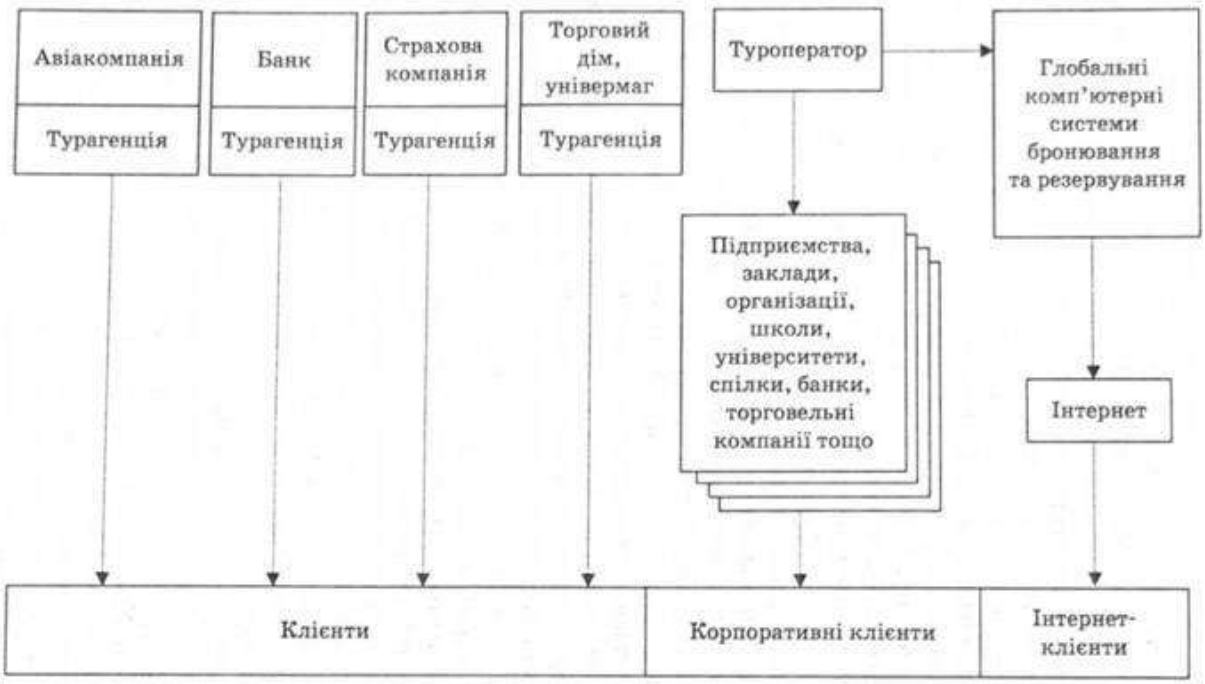


Рис. 15.5. Нетрадиційні логістичні канали збуту туристичного продукту

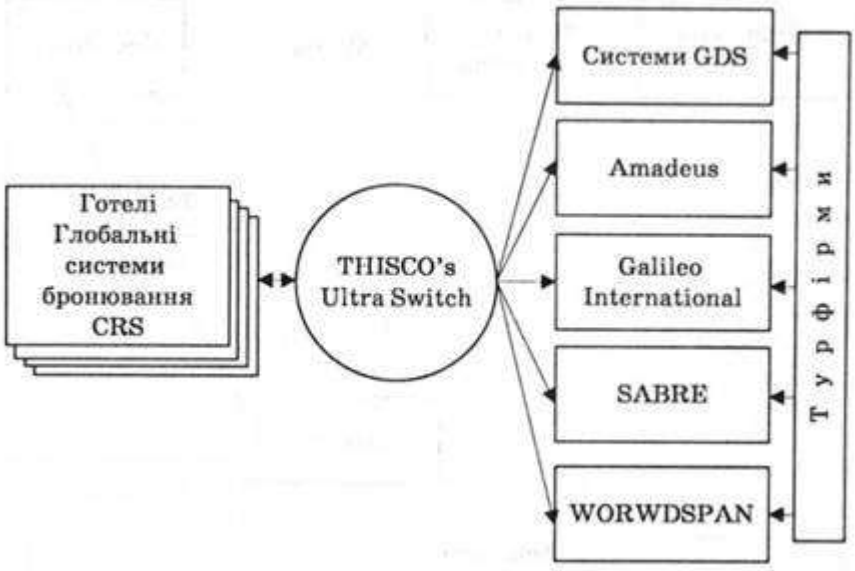


Рис. 15.6. Продаж турів через глобальні системи бронювання та резервування

ринках. Представники UNWTO вважають, що саме за допомогою останнього способу продажу турів можна у XXI ст. значно потіснити позиції традиційних методів діяльності туристичних фірм (див. рис. 15.7-15.8).

До кінця 1980-х років турагенти бронювали засоби розміщення для клієнтів за телефоном або телефаксом, що займало багато часу. У 1990-х роках авіакомпанії зробили перші кроки, запровадивши комп'ютерні системи бронювання (CRS, Computer Reservation System), відомі па сьогодні як глобальні розподільні системи (GDS, Global Distribution Systems). Як продовження процесу автоматизованого бронювання

авіаперевезень у кінці 1980-х років GDS почали включати центральні системи бронювання (CRS, Computer



Рис. 15.7. Традиційна модель купівлі турпродукту споживачем

Reservation System) великих готелів. Незважаючи на це, агенти, хоча й відчули позитивні зміни в системі бронювання, не мали безпосереднього доступу до систем бронювання готелів. У результаті їх заявки на розміщення залишались нерозглянутими деякий час у глобальних системах бронювання, збільшуючи таким чином імовірність ануляції. В пошуках нових шляхів зменшення витрат на збут і враховуючи потребу підтримувати своїх туристичних партнерів, 15 найбільших готельних компаній об'єдналися і в 1990-х роках утворили компанію "Хотел індастрі світч компані" (THISCO), що розробила стандартний інтерфейс "Ультра світч". Нині його використовують для зв'язку 28 тис. найбільших готелів світу з кожною з глобальних розподільчих систем, включаючи "Інсайд Евейлебіліті", що належить компанії "Галілео",

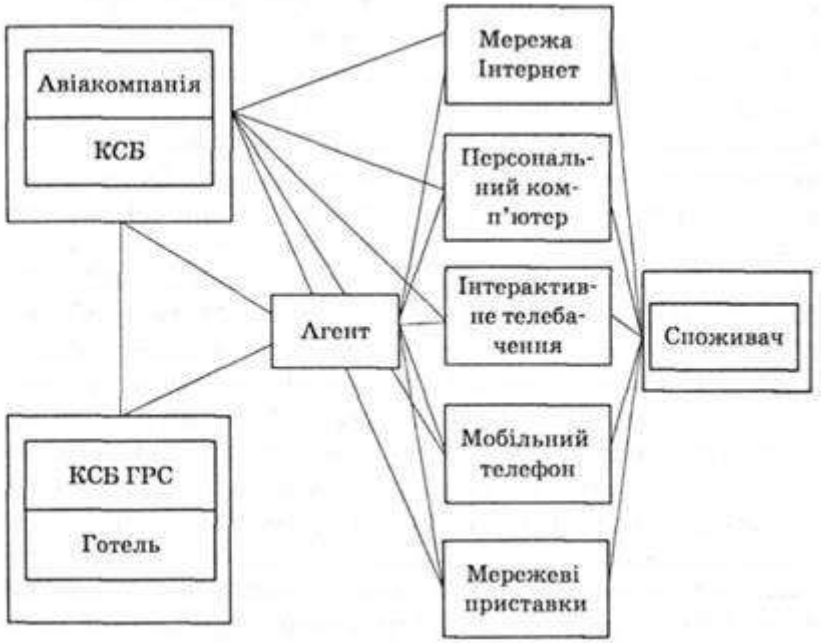


Рис. 15.8. Багатоканальна модель купівлі турпродукту споживачем

"Хотел Селект" (належить "Ворлдспейн"), "Дайрект Конект Евейлебіліті" (належить SABRE), "Комбіт Ексес План" (належить " Амадеус"), забезпечуючи дешевий доступ для 300 тис. турагенцій в усьому світі (включаючи Україну). Однак у 2000 р. Міжнародна готельно-ресторанна асоціація (IHRA, The International Hôtel & Restaurant Association) встановила: незважаючи на те, що 21 % усіх готельних місць у світі бронюють турагенції, лише половина з них здійснюється через глобальні розподільні системи (ГРС). Очікується, що найближчим часом це співвідношення зміниться на користь ГРС, як уже відбулося в США, де турагенції саме таким чином збільшують свої прибутки, підрахувавши вигоду від комісійної винагороди, отриманої від авіакомпаній. Трапляються на туристичному ринку й комбіновані форми традиційних і нетрадиційних моделей організації збутової мережі, наприклад, під час взаємодії туроператора з турагентами.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. У складі чого розглядають логістику турфірми?
2. З'ясуйте, в чому полягає сутність логістики турфірми?
3. Чи можна визначати логістику турфірми, як конкурентну зброю на ринку туристичних послуг?
4. Що є результатом логістизації туристичної діяльності?
5. Визначте, які функціональні сфери належать до логістики туризму на рівні фірми.
6. Які складові охоплює логістична ситсема турфірми?
7. Які ви знаєте принципи управління логістичною системою турфірми?
8. Хто є учасниками логістичних рішень турфірми?
9. Які питання досліджують під час першого етапу розробки логістичної стратегії турфірми?

10. Як застосовується принцип Паретто в логістиці туризму?
11. Що розробляють на другому етапі становлення логістичної стратегії турфірми?
12. Які логістичні питання передбачає розробка детального господарського плану турфірми?
13. У чому полягає рейтингова оцінка постачальників у туризмі?
14. Як розрізняється ефективність логістики у разі великих та малих турфірм?
15. Як виявляється вертикальна та горизонтальна інтеграція в туризмі?
16. Визначте сутність багатоканальної моделі купівлі турпродукту споживачем.

16. ЛОГІСТИКА ТУРУ

16.1. Тури та їх класифікація

Тур - основний ринковий продукт турфірми. Це комплекс туристичних послуг, що складені у вигляді конкретної програми, метою якої є здійснення подорожі згідно з побажаннями клієнта. З погляду логістики туризму тур - організований турфірмою рух туристів (у складі групи чи індивідуально) попередньо усталеним маршрутом, у певних місцях якого туристам надаються певні послуги відповідно до вартості путівки (подорожі). Є загальноприйнята класифікація турів, тобто їх поділ на види за такими ознаками (рис. 16.1):

1) за мотивацією: курортно-лікувальні; рекреаційні; культурно-пізнавальні; спортивні; ділові; конгресні; релігійні; етнічні;

2) за організаційними засобами: пекідж-тур (комплексний); інклюзив-тур (індивідуальний);

3) за формою організації: організовані; самодіяльні подорожі;

4) за кількістю учасників: групові; індивідуальні;

5) за сезонністю: цілорічні; сезонні;

6) за тривалістю подорожі: уїкендові (1-2 доби); короткотермінові (тиждень); середньотермінові (2-3 тижні); довготермінові (круїзні - майже півроку, рік);

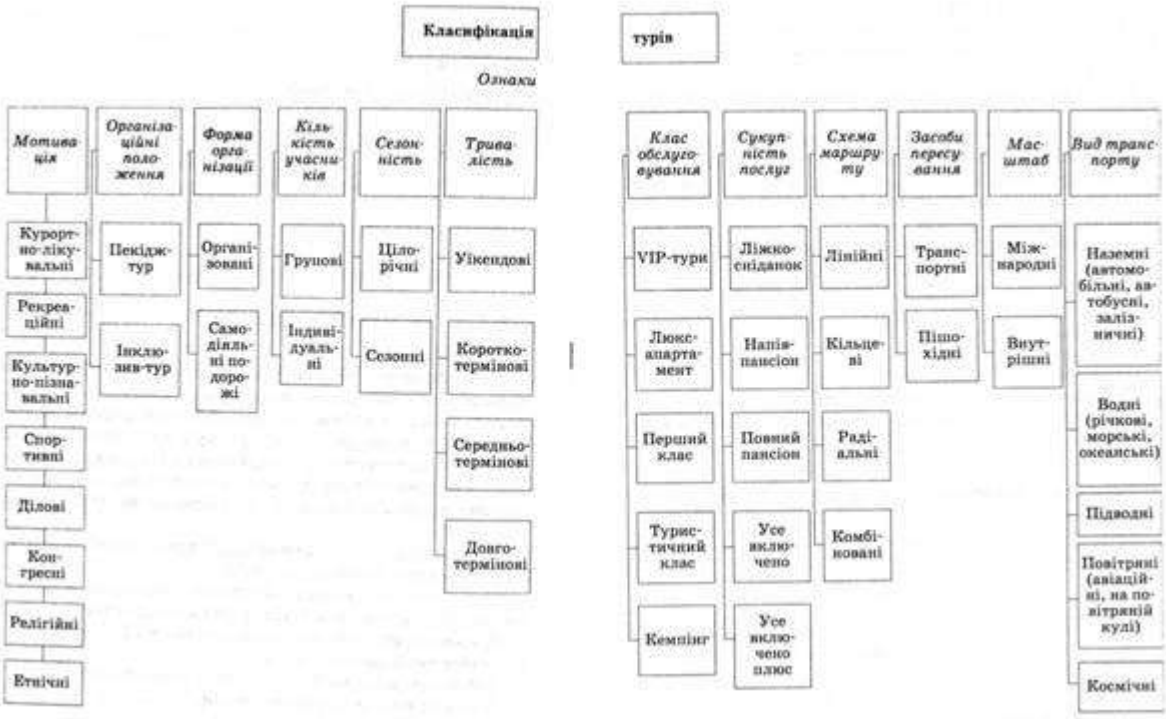


Рис. 16.1. Класифікація турів

7) за класом обслуговування: VIP-тури; люкс-апартамент; перший клас; туристичний; кемпінг;

8) за сукупністю послуг: ліжко-сніданок (B&B); напівпансіон; повний пансіон; усе включено (all inclusive); усе включено плюс;

9) за схемою маршруту: лінійні; кільцеві; радіальні; комбіновані;

10) за засобами пересування: транспортні; пішохідні;

11) за видами транспорту: наземні (автомобільні, автобусні, залізничні); водні (річкові, морські, океанські); повітряні (авіаційні, на повітряній кулі); космічні;

12) за мірилом: міжнародні; внутрішні.

До кожного туру в обов'язковому порядку належать такі складники: маршрут, програма, комплекс послуг.

Усі тури мають відповідати таким загальним вимогам:

1) безпека;

2) комфортність;

3) достатність;

4) категоріальна відповідність;

5) конкурентноздатність (прибутковість).

Дещо спрощену класифікацію турів пропонує Ю.М. Чеботар (за видами туризму (табл. 16.1)).

Таблиця 16.1. Класифікація турів за видами туризму

№ з/п	Класифікаційна ознака	Вид туризму
1	Мета туру	1. Відпочинок. 2. Спортивний відпочинок. 3. Екзотичний відпочинок. 4. Діловий туризм. 5. Навчання і/або підвищення кваліфікації. 6. Сімейний туризм. 7. Лікування. 8.Екскурсійний туризм. 9. Шоп-тур. 10. Паломницький тур
2	Географічний принцип	1. Вітчизняний (український) тур. 2. Тур до країн СНД. 3. Тур до країн далекого зарубіжжя. За класифікацією Світової туристичної організації: 1. Внутрішній тур. 2. Зовнішній тур
3	Кількість учасників туру	1. Індивідуальний тур. 2. Сімейний тур. 3. Груповий
4	За способом пересування	1. Пішохідний відпочинок. 2. Морський круїз. 3. Річний круїз. 4. Автотуризм. 5. Гірськолижний тур. 6. Поїздка потягом (залізничний тур). 7. Комбінований тур

16.2. Логістична розробка туру: сутність і послідовність

До складу логістичної розробки туру входять (див. рис. 16.2):

1) маркетингові дослідження (їх здійснюють з метою визначення цільових ринків та сегментів);

2) оцінювання власних можливостей турфірми з освоєння цільового ринку;

3) логістичне забезпечення маршруту туру, для чого потрібно створити банк даних з інформацією про:

а) наявні туристично-рекреаційні ресурси та їх логістичний потенціал;



Рис. 16.2. Складники логістичної розробки туру

б) матеріально-технічну базу туризму та її логістичний потенціал;

в) транспортну структуру;

г) інформаційну інфраструктуру.

При цьому слід враховувати, що туристично-рекреаційні ресурси поділяються на: а) природні блага (клімат; рельєф - гори, рівнини; море, річки, озера); б) об'єкти показу (природні - пам'ятки природи; культурно-історичні; етнічні; штучно створені, антропогенні); в) об'єкти дозвілля (музеї, театри, фестивалі). МТБ туризму характеризується певною категорією, що означає надання послуг гостинності певного класу, коли враховується: а) тип закладу розміщення; б) його категорія за євростандартом; в) ціни номерного фонду. До інфраструктурного забезпечення належать: а) характеристика транспортних сполучень (дані про наявність транспортного зв'язку, інтенсивність руху, прямі рейси та їх взаємозамінність); б) характеристика транспортних засобів (тип, вік, місткість, комфортність і швидкість); в) інформація про транспортні компанії та вартість проїзду. Інформаційне забезпечення передбачає обов'язкову наявність мапи або схеми території з такими показниками: а) туристично-географічне положення; б) конфігурація транспортної мережі; в) система розселення; г) адміністративно-територіальний поділ тощо.

16.3. Класифікація туристичних маршрутів

В основі класифікації туристичних маршрутів лежать класифікація турів. Відмінність полягає у меншій кількості ознак - їх шість (див. рис. 16.3). О.О. Любіцева

визначає такі ознаки класифікації маршрутів, як: мета подорожі, вид пересування, сезонність, тривалість, контингент і форма. Відповідно залежно від мети подорожі маршрути поділяють на: а) пізнавальні; б) рекреаційні; в) курортно-пізнавальні; г) спортивні; д) наукові; е) релігійні тощо. За видами пересування розрізняють



Рис. 16.3. Класифікація туристичних маршрутів

такі туристичні маршрути: а) пішохідні; б) кінні; в) велосипедні; г) мотоциклетні; д) автомобільні; е) залізничні; е) авіаційні; ж) круїзні (морські та річкові); з) космічні (ракетні). Залежно від сезонності вирізняють: а) цілорічні маршрути; б) сезонні; в) декілька сезонні. За ознакою тривалості туристичні маршрути поділяються на: а) уїкендові (1-2 доби); б) короткотермінові (тиждень); в) середньотермінові (2-3 тижні); г) тривалі (місяць - декілька місяців); д) кругосвітні. За контингентом маршрути бувають: а) шкільні; б) молодіжні; в) сімейні; г) для дорослих; д) осіб зрілого віку; е) професійно-орієнтовані; є) конфесійно-орієнтовані. За формою розрізняють: а) лінійні; б) кільцеві; в) радіальні; г) комбіновані туристичні маршрути (див. рис. 16.4).

Останній поділ для логістики туризму особливо цікавий, оскільки за ним установлюють трасу туристичного маршруту, тобто визначають шлях руху туристів на певній території, який позначений переліком усіх географічних пунктів та місць, що послідовно відвідують туристи під час подорожі, та вказівкою видів транспорту, що використовує туристична група для пересування, а також пунктами зупинок

(перебувань) на маршруті. Початковою та кінцевою точками маршруту є пункти початку та закінчення подорожі. Початок маршруту - це місце надання це місце надання групі першої туристичної послуги, про що зазначено в договорі; завершення – місце надання останньої туристичної послуги.

Лінійний маршрут – шлях руху туристів, коли його початок і закінчення відбуваються в різних географічних пунктах перебування, наприклад, Київ – Львів.

Кільцевий маршрут – шлях руху 243тургрупи, коли його початок та закінчення відбуваються в одному географічному пункті перебування, наприклад, тур «Америка» (Нью-Йорк – Вашингтон – Атлантік-Сіті – Філадельфія – Нью-Йорк), «Гетьманські столиці України» (Київ – Чигирин – Батурин - Глухів – Київ) або нещодавно розроблений тур «Золотий вінок Київщини» (Київ – Трипілля – Ржищів – Улянки – Канів – Переяслав-Хмельницький – Київ).

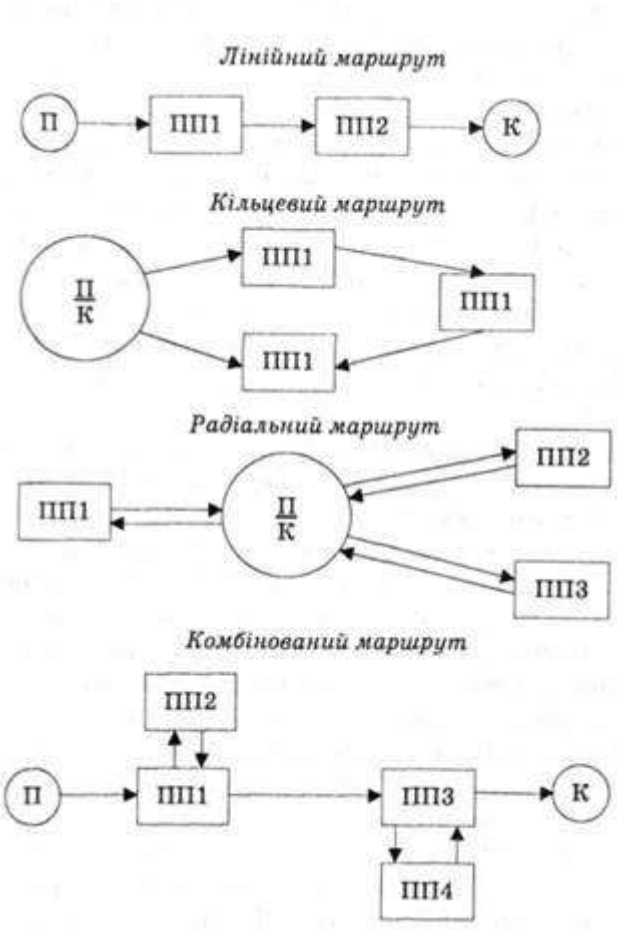


Рис. 16.4. Поділ туристичних маршрутів за їх формою: *П – початок маршруту, К – кінець маршруту, ПП – проміжні пункти*

Радіальний маршрут – шлях руху туристів, коли його початок і завершення відбувається в одному географічному пункті перебування, розміщуючись в якому,

туристи подорожують в інші пункти перебування з поверненням до пункту початку подорожі.

Комбінований маршрут - шлях руху тургрупи, до якого належать складові лінійного, кільцевого та радіального маршрутів у тій або іншій комбінаціях. Під час руху за маршрутом можна використовувати різноманітні транспортні засоби, що називаються внутрішньомаршрутними.

16.4. Узагальнена методика логістичної розробки туру

Узагальнена методика логістичної розробки туру охоплює такі етапи. Розглянемо їх детальніше.

1. *Вибір пунктів маршруту***:** критерієм такого вибору є атрактивність об'єктів показу з метою задоволення цілі подорожі, а також можливість забезпечити різноманітність програми перебування в певному населеному пункті та його транспортну доступність, надати послуги гостинності. Атрактивність об'єкта в туристичній практиці визначають, як сукупність естетичної цінності й обсягу інформації про туристичний ресурс. І.Ф. Карташевська (Україна) пропонує використовувати формулу, за якою розраховують атрактивність (тобто соціально-економічну цінність) туристичних об'єктів:

$$А_{Т.О.}= (Е+О)К,$$

де $А_{Т.О.}$ – атрактивність (принадність) туристичного об'єкта; Е – естетична цінність; О – обсяг інформації; К – коефіцієнт атрактивності1.

Цей коефіцієнт визначається за формулою

$$К = W \cdot Т,$$

де К – коефіцієнт атрактивності, W – кількість туристів, які відвідали об'єкт протягом певного відрізку часу (осіб); Т – час, витрачений на огляд об'єкта (хв., год.).

2**.** *Ієрархізація попередньо обраних пунктів*, коли за результатами оцінювання рівня атрактивності туристичних об'єктів, рівня гостинності та транспортної доступності визначають: а) пункти дислокації туристів із тривалим програмним забезпеченням; б) екскурсійні пункти.

3. Вибір початкового та кінцевого пунктів маршруту, що здійснюють за показником, насамперед, транспортної доступності, тобто пов'язаності з місцем постійного проживання туристів у зоні дії туроператора.

*4. Розробка схеми маршруту***,** яка залежить від обраної форми маршруту. Вибір пунктів маршруту узгоджують із програмою туру відповідно до виду туризму, термінів подорожі, класу обслуговування. Вибір схеми маршруту значно залежить від транспортної системи з урахуванням таких її характеристик, як: конфігурація транспортної мережі; її густота; технічний стан транспортних шляхів; рівень розвитку окремих видів транспорту; надійності та безпеки транспортних операцій. Найпоширеніший варіант у процесі складання схеми маршруту, коли за обмежений термін (за потреби мінімізації витрат часу на переміщення між основними пунктами маршруту) необхідно забезпечити максимально можливу інформативність подорожі, тобто охопити якнайбільше об'єктів огляду з метою досягнення пізнавальної теми туру. Такий варіант називається "Задача комівояжера". Її сутність полягає у визначенні кільцевого маршруту, що починається в першій точці маршруту, проходить лише один раз через головні пункти маршруту та закінчується у вихідному пункті. Кількість можливих варіантів кільцевих маршрутів, навіть за невеликої кількості їх пунктів, є дуже значною. Наприклад, для десяти пунктів можна сформувати 362 880 варіантів маршрутів. Таке завдання не вирішується шляхом перебирання всієї множини можливих маршрутів, а аналітичного методу розв'язання цієї проблеми поки що не знайдено. Тому на практиці для визначення оптимального кільцевого маршруту використовують метод найкоротшої з'єднувальної мережі. Це мережа шляхів, що з'єднує декілька пунктів та має найменшу довжину. Її будують таким чином: а) обирають два пункти з найменшою відстанню між ними; б) у кожному наступному випадку додають ланку з найменшою довжиною, приєднання якої довше обраних ланок не утворює замкнутого контуру; в) найкоротша мережа, що поєднує n пунктів, матиме n – 1 ланок. Якщо всі пункти маршруту об'єднати у найкоротшу з'єднувальну мережу, на ній обирають кільцевий маршрут. Формувати маршрути слід з пункту найвіддаленішого від початкової точки. Потім обирають три пункти з найбільшими сумарними відстанями, які включають у вихідний маршрут. До нього додають пункт, що має найбільшу сумарну відстань із тих, що залишились. З метою встановлення черговості відвідання пункту туристами слід ставити його між кожною парою пунктів початкового маршруту. При цьому за кожного варіанту обчислюється збільшення довжини маршруту за формулою

$$\Delta L_м = L_2+L_3-L_1,$$

де $\Delta L_м$ - збільшення довжини маршруту (км); L_2 – відстань від першого пункту до того, що додається (км); L_3 – відстань від доданого пункту до наступного пункту (км); L_1 – відстань між пунктами 1 та 2. Із розрахованих таким чином значень обирають найменше. Коли отримують результат $\Delta L_м = 0$, розрахунки припиняють, оскільки в цьому разі пункт, що додається до маршруту, розміщений у його вихідній точці. Потім до одержаного маршруту додають наступний пункт із тих, що залишились, який має найбільшу суму відстаней. Так діють доти, доки в маршрут не включать усі основні пункти. Перевага такого методу полягає у виконанні простого алгоритму, що можна використовувати на практиці, недолік – у працемісткості розрахунків за великої кількості пунктів маршруту, оскільки потрібно розглянути багато варіантів під час пошуку доцільного місця включення в маршрут нового пункту. Однак цей недолік можна зменшити, якщо звернутись до картосхеми розташування пунктів – об'єктів відвідування. У такому разі не розглядаються неприйнятні варіанти, а місце додавання нового пункту маршруту визначають тільки тоді, коли виникають сумніви. Для практичного застосування цього методу та встановлення послідовності відвідування пунктів – об'єктів огляду на туристичному маршруті рекомендується скласти матрицю, в якій по головній діагоналі розміщені початковий пункт маршруту та пункти – об'єкти показу, а у відповідних клітинах зазначені відстані між ними. У нижньому рядку матриці подано суму відстаней, наведених у відповідних стовпчиках (табл. 16.2).

Таблиця 16.2. Матриця відстаней між початковим пунктом туристичного маршруту (ІІП) і пунктами – об'єктами показу (I-VI), км

ІІП	45	30	27	12	6	12
45	I	18	21	36	41	33
30	18	II	3	18	24	42
27	21	3	III	15	21	39
12	36	18	15	IV	6	24
6	42	24	21	6	V	18
12	35	42	39	24	18	VI
132	197	135	126	111	116	168

*5. Оптимізація маршруту***,** що полягає у врахуванні об'єктивних і суб'єктивних обмежень туру. Перші визначаються умовами сегментації ринку, другі – можливостями туроператора. Зокрема, до них належать: часові (терміни подорожі) та економічні обмеження (конкурентність ринку та вартість туру).

6. Програмне забезпечення туру, яке має відповідати меті подорожі. Також у програмі туру потрібно враховувати сезон подорожі (зимові/літні тури) та характер туру (маршрутно-стаціонарний чи маршрутно-транспортний). У процесі розробки програми зважають на нормативні витрати часу: а) поселення (включаючи транспортування); б) харчування; в) екскурсійне обслуговування; г) заходи дозвілля; д) транспортування між головними пунктами маршруту, коли туристам слід забезпечити відпочинок. Програма має бути варіативною, тобто передбачати екскурсії вільного вибору туристів та інші форми вільної реалізації дозвілля.

*7. Організаційно-технічні заходи із забезпечення туру***,** до яких належать укладання угод із виробниками відповідних послуг, що є результатом ринкової діяльності турфірми. Такі заходи поділяються за: а) мірилом: міжнародні та внутрішні; б) спрямуванням: угоди між ринковими суб'єктами та споживачами турпродукту; в) терміном дії: довготермінові й кореспондентські (до одного року).

Особливо важливе значення має угода (договір) між турфірмою і туристом, яка охоплює такі пункти: а) предмет угоди; б) термін подорожі; в) умови подорожі з переліком оплачених послуг; г) умови компенсації за ненадані послуги та моральні збитки; д) штрафні санкції стосовно споживача за порушення умов договору; е) порядок перетину кордону; є) перелік документів, наданих туристу; ж) порядок вирішення суперечок; з) загальна вартість туру.

16.5. Застосування теорії графів у логістиці туру

Під час розробки схем маршрутів та їх оптимізації застосовують математичний апарат теорії графів, тобто графоаналітичні методи. Головне завдання при цьому полягає у побудові графу логістичної організації турпродукту (туру).

Граф - це певним чином організована множина його вершин і ребер. Останні є складовими графу, що роблять його зв'язним. Якщо надати їм певні значення, то граф називається метризованим. Щодо логістики туризму, то вершини графу можуть відображати: а) різну атрактивність туристичних об'єктів (ресурсів); б) місткість і клас готельної бази (в балах).

Розрізнять відкритий і закритий графи (рис. 16.5). Його ребра свідчать про зв'язок між вершинами. У логістиці туризму це може бути, наприклад, транспортний зв'язок,

коли на ребрах графу можна позначити як відстань (км), так і вартість проїзду (грн), чи категорію шляхів сполучень.



Рис. 16.5. Граф: а - відкритий; б - закритий

Аналіз графів здійснюють за допомогою топологічних мір, які показують множину зв'язків між елементами графу. Вирізняють такі міри:

- концентрації та диференціації, за якими оцінюють положення вершин у графі (до них належать показники центральності та ієрархічності);

- інтеграції та композиції, що дають змогу оцінити граф у цілому (показники цілісності та зв'язності).

Розглянемо приклад застосування теорії графів у логістиці туризму (рис. 16.6). Отже, на певній території з певними туристичними ресурсами, рівнем розвитку готельної бази та транспортного сполучення визначено п'ять пунктів маршруту тургрупи. Потрібно оцінити положення кожної вершини графу. Для цього використовуємо показник центральності вершин графу, який обчислюють за кількістю інциденцій (кількість ребер, що виходять із вершини) (табл. 16.3). Найвищий показник центральності мають вершини 2, 3 і 5, тому вони обираються як основні пункти маршруту; вершини 1, 4 будуть екскурсійними пунктами.

Схема маршруту може мати два варіанти: 1) пункти 2, 5, 3; 2) пункти 2, 3, 5. Варіативність формування маршруту визначаємо за допомогою показника цілісності, який в теорії графів називається цикломатичним числом (М)

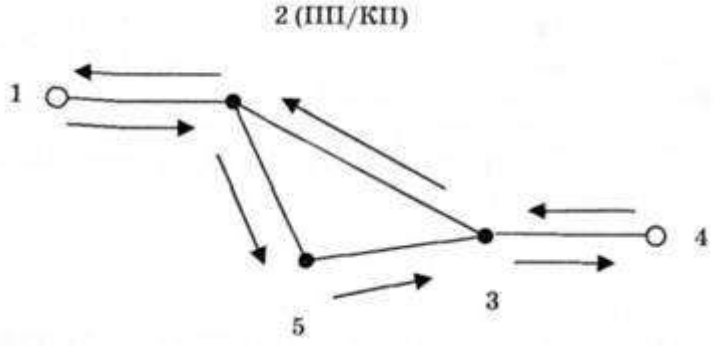


Рис. 16.6. Граф маршруту туру:

1-5 - пункти туристичного маршруту; 2 3-5 - пункти ночівлі; 1,4 - екскурсійні пункти; ……..напрямок руху тургруп; ПП - початковий пункт маршруту; КП - кінцевий пункт маршруту

Таблиця 16.3. Показники центральності та ієрархічності графу

Показник	Вершина				
	1	2	3	4	5
Центральності	1	3	3	1	2
Ієрархічності	2	1	5	3	4

і показує кількість замкнених циклів графів. Чим їх більше, тим граф цілісніший та має більше варіантів побудови схеми маршруту. Щоб оцінити граф загалом, використовують показник зв'язності, який є відношенням суми ребер графу до кількості його вершин:

$$\beta = \frac{E}{V},$$

де β - показник зв'язності графу; Е - сума ребер графу; V - кількість вершин графу.

Конфігурацію графу оцінюють за показником його форми:

$$П = \frac{E}{\sigma},$$

де П - показник форми графу; Е - сума ребер графу; σ- топологічний діаметр графу.

Отже, показник форми графу - це відношення суми ребер графу до його топологічного діаметру. Діаметр - мінімальна кількість ребер, що поєднує дві максимально віддалені вершини. Чим більший показник форми графу, тим компактнішу форму має схема туристичного маршруту. Відповідно можна застосувати показник компактності маршруту:

$$\eta = \frac{\varepsilon}{\sigma},$$

де ŋ - показник компактності маршруту; Є - периметр графу (сукупність ребер, що становлять зовнішню грань). Тобто компактність графу визначають за відношенням периметру графу до його діаметру. Чим менше значення показника компактності, тим граф компактніший. Це означає в логістиці туризму, що тим менше часу потрібно для подолання відстані між пунктами туристичного маршруту. Розраховані значення показників цілісності (циклометичного числа), зв'язності, форми графу та компактності маршруту з рис. 16.6. подано в табл. 16.4.

Таблиця 16.4. Показники цілісності, зв'язності, форми та компактності графу туристичного маршруту

Показник	Цикломатичне число, М	Показник зв'язності графу, β	Діаметр графу, σ	Показник форми графу,П	Периметр графу, Є	Показник компактності графу, ŋ
Результат розрахунків	1	1	3	1,7	4	0,8

Запитання та завдання для самоконтролю

1. З’ясуйте сутність поняття «тур».
2. Як визначається сутність туру з погляду логістики туризму?
3. Скільки ознак охоплює загальноприйнята класифікація туру?
4. Як поділяються тури за мотивацією?
5. Класифікуйте тури за класом обслуговування.
6. Які вирізняють тури за сукупністю послуг?
7. Як тури розрізняються за видами транспорту?
8. Які складники виділяють у логістичній розробці туру?
9. У чому полягає відмінність класифікації маршрутів та класифікації турів?
10. Як поділяються туристичні маршрути за формою?
11. Визначте сутність траси туристичного маршруту?
12. Які етапи охоплює узагальнена методика логістичної розробки туру?
13. За якою формулою розраховують атрактивність туристичних об’єктів?
14. Як застосовується «задача комівояжера» в логістиці туру?
15. Яке застосування знайшла теорія графів у логістиці туру?

Розділ 17. ЛОГІСТИКА ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

17.1. Значення логістики виставкової діяльності у туризмі

Виставкова діяльність нині – бізнес, що бурхливо розвивається не тільки в світі, але останніми роками і в Україні. Відноситься це і до сфери туризму, де щорічно у світі проходять десятки туристичних та готельно-ресторанних (HO-RE-CA) виставок, салонів, ярмарків, бірж тощо. Такі заходи тісно пов’язані не тільки з маркетингом, але й з логістикою, яка не тільки ефективно організує процеси підготовки до проведення виставкових заходів, доставки та розміщення необхідних експонатів, експозицій, різноманітних матеріалів, конструкцій, устаткування тощо, але й бере на себе функцію ефективного управління потоками відвідувачів, як головного потоку в логістичному забезпеченні виставкових заходів у туризмі, збору статистики, аналізу та обробки даних з метою приваблення найбільш

«конструктивної» частини відвідувачів – потенційних бізнес-партнерів, покупців-клієнтів турфірм тощо.

Слід зазначити, що виставково-ярмарковий бізнес в Україні з переходом до ринкової економіки тільки починає формуватися. До російсько-української війни, в доковідні часи (2019 р.) в Україні біля 50 вітчизняних та закордонних компаній займалися цим бізнесом (серед них найбільші – київські компанії «Автоекспо» та «Прем'єр-Експо»), обсяги якого оцінювалися в 0,5-1 млрд. дол. США. Разом з тим фаховий рівень вітчизняної виставково-ярмаркової діяльності значно поступався його рівню, що досягнутий у розвинених країнах світу, де виставковий бізнес став значною галуззю економіки. Підключитися до такої діяльності прагнули багато українських компаній, керівники яких вважали виставково-ярмарковий бізнес високоприбутковим, але таким, що не вимагає великих інвестицій, глибоких фахових знань, досвіду, і тому нескладним у здійсненні.

Проте світовий досвід свідчить, що це далеко не так. Від співробітників виставково-ярмаркових компаній вимагаються не тільки специфічні професійні знання тієї сфери бізнесу, в якій вони працюють, але й високі організаторські здібності, володіння сучасними методами ефективного бізнесу, у т.ч. менеджменту, маркетингу, логістики. За думкою практиків – менеджерів саме методи логістики дозволяють системно розглядати та оптимізувати потокові процеси виставкової компанії. Тобто, логістика – це своєрідний «конвеєр», що охоплює всю виставкову компанію та пов'язаних з нею партнерів. Основні труднощі в функціонуванні такого «конвеєра» полягають у тому, щоб на межах різних взаємопов'язаних процесів було якомога менше помилок (збоїв), неконтрольованих дій. Відомо, що, кожна виставка, як правило, є доволі короткотерміновим заходом, що, проте, вимагає тривалої, ретельно спланованої підготовки. Якщо на будь-якому етапі підготовки та проведення експозиції допустити помилку, то експоненти можуть відмовитися від участі у виставці та надовго зберегти негативне до неї відношення. Подібною помилкою може стати, приміром, ігнорування побажань чи обґрунтованих вимог експонентів.

17.2. Об'єкт та предмет логістики виставково-ярмаркової діяльності у туризмі

Об'єктами логістичного дослідження та оптимізації у виставковій діяльності є, звісно, потоки: а) матеріальні (експонати, устаткування, транспортні засоби; б) людські (перш за все, відвідувачі, а також експоненти (стендисти), монтажники); в) інформаційні (паперова та віртуальна документація, вказівники); г) фінансові (готівкові та безготівкові розрахунки). Виставкова діяльність відноситься до сфери послуг, отже, теоретичні засади логістики у сфері послуг, розроблені та наведені раніше авторами, повністю відносяться і до неї. Перш за все, це стосується револьверного принципу логістики галузей сфери послуг, який дозволяє визначити головний (ГП) та допоміжні (обслуговуючі) потоки (ДП). У виставковій діяльності головним потоком, який потребує уваги в першу чергу, є потік відвідувачів. Саме заради нього турфірми і приймають участь у туристичних виставках, салонах, ярмарках, біржах, оскільки чим більшим є потік відвідувачів на стенді фірми, тим успішнішою вважається участь турфірми у виставковому заході. Саме із загального потоку відвідувачів виокремлюються такі його «корисні» складники, як: а) клієнти– потенційні туристи; б) потенційні бізнес-партнери; в) журналісти. Дані про потоки відвідувачів ретельно збираються стендистами, що працюють на стенді турфірми, та є основою для всебічного аналізу після закриття виставки. Допоміжними потоками, що обслуговують головний потік є матеріальний, кадровий (стендисти), інформаційний, фінансовий. Їхні обсяги визначаються потужністю головного потоку і оцінюються із застосуванням нормативного методу. Потужність головного потоку у виставковому бізнесі визначається як у кількісному виразі (число відвідувачів), так і у вартісному (який фінансовий результат у сенсі збільшення обсягів продажу продукції це принесе).

Предмет логістики виставково-ярмаркової діяльності в туризмі – оптимізація головного та допоміжних (обслуговуючих) потоків. При цьому, якщо методи оптимізації потоків експонатів, устаткування та транспортних засобів у теорії і практиці виставкової діяльності більш-менш відомі, то методи оптимізації потоків відвідувачів та інформації відрізняються своєю суттєвою специфікою. За думкою практиків, коло суб'єктів виставкової діяльності у туризмі не слід обмежувати лише межами

виставкових заходів компаній, оскільки логістичними партнерами останніх є фірми, підприємства, структури, відомства, адміністрації, що працюють у сферах ділового туризму, страхування, пожежного нагляду, охорони, банків, митниць, експедиторського та транспортного сервісу, громадського харчування та готельних послуг, засобів масової комунікації, комунікацій, культури тощо.

Порівняльна простота, на перший погляд, виставкового бізнесу призводить до омани, що ним може займатися будь-який співробітник без спеціальної підготовки. Як наслідок, багато компаній використовують не більше 5-10% можливостей сучасних комерційних виставок та часто витрачають значні кошти з незначним, а іноді навіть від'ємним результатом. При цьому більша частина сил та засобів витрачається на тзв. «твердий» продукт: оренду площ, оформлення, доставку та встановлення експонатів та устаткування, монтаж стендів тощо. Значно менше уваги приділяється тзв. «м'якому» продукту, куди входить запрошення потрібних відвідувачів, навчання персоналу, організація пристендових заходів та участь експонентів у програмах виставок, зміцнення та розвиток зв'язків з ними після виставки. Власне цей «м'який» продукт приносить найбільшу віддачу від вкладених зусиль та засобів.

Рівень та якість багатьох виставкових послуг в Україні часто не відповідають сучасним вимогам через відсутність логістичної системи координації та узгодженої ефективної взаємодії усіх суб'єктів виставкової діяльності. Написано та видано багато книг з загальної логістики, але практично відсутня література з конкретними рекомендаціями з використання логістичних підходів у практиці організації та проведення виставок, зокрема туристичних. Недостатньо і корисних журнальних публікацій з цієї теми. Між тим, капітал, інвестований у логістичне забезпечення виставкової діяльності в туризмі, приносить значну та різноманітну корисність, про що свідчать дані табл. 17.1.

Таблиця 17.1. Матриця прибутку на інвестований капітал у логістичне забезпечення туристичної виставки

№	Вхід (витрати)	Вихід (вигоди)
1	Оренда площ (стенду)	Прямий контакт з перспективними покупцями
2	Витрати на стендистів	Орієнтація на ринку
3	Виставкові зразки	Приваблення на ринку
4	Транспортування	Демонстрація продукту
5	Квитки, витрати на відрядження	Нові партнери / контакти

6	Готель, розміщення	Нові агенти / дистриб'ютори
7	Витрати часу	Підтримка існуючих контактів
8	Відсутність у офісі	Багато перспектив в один час в одному місці
9	Спецціни на виставковий продаж турів	Спостереження за конкурентами
10	Підготовчі роботи	Обширний потенціал розвитку суспільних відносин
11	Інформація клієнтам, агентам	Маркетингова інформація
12	Аналіз відвідувачів	Нові продукти. Аналіз сегменту ринку
13	Прес-інформація	Комунікація з відвідувачами, діловими партнерами

17. 3. Методи управління потоками відвідувачів туристичних виставок

Для успішної роботи турфірми на виставці необхідно знати та вміло використовувати методи управління потоками відвідувачів, при чому як наявними потоками, так і організацією нових потоків відвідувачів. Приклавши неймовірні зусилля, обзвонивши сотні фірм, туркомпанія може підготувати 20-30 потрібних зустрічей, але цього недостатньо. Організатори виставки, звісно, також ведуть рекламну компанію та запрошують фахівців. Потік відвідувачів на великій престижній виставці, як, приміром, Турсалон «Україна» або UITT, у багато разів перевищує число тих, кого фірма може запросити сама. Відповідно, пріоритетним стає завдання «опрацювання» не тільки «свого», але й усього потоку відвідувачів, приваблення їх до стенду та включення у процес презентацій і перемовин. Вирішення цієї задачі включає три етапи: зустріч відвідувачів, організація контактів, переговори.

Зустріч. Робота на стенді має бути організована таким чином, щоб жоден перспективний відвідувач не чекав спілкування більше 20-30 сек., інакше він піде до конкурентів. Статистика підтверджує, що абсолютна більшість відвідувачів туристичної виставки (62 %) не готова чекати біля стенду навіть 1-2 хв. Підкреслена повага до відвідувача (бажано – щира) – найнадійніший початок контакту. Працівники стенду (стендисти), що першими зустрічають гостя, повинні одразу: а) вступити з ним у контакт; б) відповісти на його запитання; в) вияснити статус, фахові інтереси, питання й побажання відвідувача; г) надати потрібні матеріали (проспекти, прайс-листи тощо; д) у разі необхідності скерувати його до менеджера.

Організація контактів. «Потрібні» відвідувачі передаються менеджерам відповідного статусу та спеціалізації. Разом з цим не слід завантажувати менеджерів непотрібними контактами, займати їхній час та зусилля, приміром, коли генеральний директор змушений пересказувати прайс-лист, а прес-секретар – мати бесіду з пошукачем місця програміста. Отже, керівникам та менеджерам краще знаходитися на своїх місцях, не змішуватися з натовпом відвідувачів та бути доступними по мобільному телефону. Управління потоком відвідувачів включає також завдання швидкого та ефективного виявлення (відбраковки) тзв. «пилососів», тобто громадян, які випрошують та крадуть сувеніри та зразки продукції, а також різного роду випадкових перехожих, що можуть хизуватися саморобними посвідченнями («корочками») усіх можливих органів влади та пресових редакцій.

Перемовини. Потрапивши на стенд, клієнт у міру виявлення його інтересів та статусу, передається «по технологічній лінії» різним менеджерам аж до вищого керівництва. Не слід без поважної причини переривати перемовини, залишати клієнта або змушувати його чекати. Необхідно викликати його зацікавленість та визначити рівень його повноважень для перемовин. З метою організації нових потоків відвідувачів застосовуються різноманітні, більшою частиною стандартні методи (рис. 17.3). Мета – привернути увагу, зацікавити, змусити підійти до експозиції. Серед цих методів першим за важливістю є оренда стенду при вході на виставку або в центральних проходах і перехрестях, тобто в місцях, повз які відвідувач фізично не зможе не пройти. Другий ефективний метод – створення вертикального орієнтиру, що вказує місцезнаходження стенду та є видним звідусіль, насамперед – від входу, головних проходів та стендів конкурентів. Звичайно це робиться за допомогою прапорів, банерів, різного роду конструкцій, повітряних куль, стовпів світла тощо. При цьому головне, щоб вони не були «архітектурною пам’яткою» чи «польотом мрії» дизайнера. Потрібний чіткий, конкретний символ, що миттєво асоціювався би з туркомпанією або її продуктом, послугою, брендом, бізнес-пропозицією. Третій метод – це проведення ділової програми на власному стенді або в конференц-залі (семінари, презентації, конференції), а також активність на подібних заходах конкурентів. Четвертий метод включає організацію роботи промоутерів, роздання листівок та сувенірів у

найбільш людних місцях та у безпосередній близькості від стендів конкурентів. П’ятий метод – встановлення рекламних щитів фірми при вході на територію виставкового комплексу та павільйону.

Потік відвідувачів є об’єктом аналізу та опрацювання й після закриття виставки. Перш за все відвідувачі стенду турфірми аналізуються залежно від типу, географічного регіону та спеціальних інтересів (табл. 17.2). Також має істотне значення аналіз денного відвідування стенду турфірми на підставі ступеню важливості контактів (табл. 17.3). Аналіз потоку відвідувачів стенду турфірми за типом, географічним регіоном та спеціальними інтересами, а також за ступенем важливості контактів є основою звіту та аналітичної записки з конкретними висновками та пропозиціями. Участь у виставці – це тільки початок корисних бізнес-контактів. Подальша робота будується по-різному для різних цільових груп, до яких належать: а) клієнти – потенційні туристи; б) потенціальні партнери; в) журналісти.

Таблиця 17.2. Форма аналізу відвідувачів виставкового стенду залежно від типу, географічного регіону та спеціальних інтересів

	Київ	Області	Зарубіжні країни								Усього
			Європа				Інші				
							Туреччина	Єгипет	Індія		
Старі клієнти Причини відвідування: – інформація – заключеннядоговорів – зразки(новинки) – загальнівідомості – іншіпричини											
Усього (1)											
%											
Нові відвідувачі Причини відвідування: – інформація – заключеннядоговорів – зразки(новинки) – загальнівідомості – іншіпричини											

Усього (2)											
%											
Загальний підсумок (1+2)											

Таблиця 17.3. Форма аналізу денного відвідування стенду туркомпанії на підставі ступеню важливості контактів

Дні роботи виставки	Кількість відвідувачів		Відвідування, що мають комерційний інтерес		Кількість відвідувачів, що вперше відвідали стенд	Загальна кількість відвідувань, що представляють комерційний інтерес	Відвідувачі, що вперше побували на стенді та представляють комерційний інтерес
	усього	нові	усього	нові			
1-й							
2-й							
3-й							
4-й							
Усього							

Після закінчення виставки на підставі отримання візиток та «Журналу контактів» (табл. 17.3) розсилаються факси та листи подяки важливим клієнтам, досилаються інформаційні матеріали, проєкти контрактів, узгоджуються перемовини про майбутні зустрічі. Потім слід ретельно проробити каталог виставки та відправити комерційні пропозиції та запити тим фірмам, з якими не вдалося зустрітися під час роботи виставки. Не варто забувати про пресу: журналістам надсилаються звіти про виставку та проведені презентації з їх світлинами, а також звіт про участь у виставці виставляється в інтернеті.

Таблиця 17.4. Бланк-форма «Журналу обліку відвідувачів»

Журнал обліку відвідувачів
1. Назва агенції:
2. Основні напрямки:
3. Адреса:
4. E-mail: 257
5. Телефон, факс:
6. Контактна особа:
7. Чи хочете отримувати нашу розсилку < так <ні. Якщо «так», то яку інформацію Ви прагнете отримати
8. Яка система відправлення/отримання Вас влаштовує: < e-mail< Інтернет <On-line бронювання <fax-back

17.4. Ефективність логістики виставкової діяльності у туризмі

Після виставки необхідно: 1) встановити контакт з відвідувачами виставкового стенду турфірми, цікавими для неї: письмово подякувати їм за відвідання стенду (не пізніше ніж через тиждень після закриття виставки) та повідомити про передбачуваний час візиту представника компанії для обговорення подальшої співпраці; 2) направити відвідувачу інформацію, яка може його зацікавити, навіть якщо є впевненість, що він отримав повну інформацію зі стенду; 3) скласти та розіслати відвідувачам інформаційного листа у вигляді повідомлення про можливості турфірми та її продукту, надати копії таких інформаційних листів усім агентам та представникам компанії; 4) встановити для співробітників компанії крайній термін для встановлення контакту з відвідувачем або відповідною фірмою; 5) не пізніше ніж протягом двох тижнів після закриття виставки провести обговорення та оцінювання її підсумків на підставі повідомлень та результатів аналізу анкет відвідувачів; 6) нарешті, скласти список витрат, у т.ч. логістичних, подібних виставок, це стане в нагоді, коли турфірма готуватиметься до наступної виставки, адже не можна планувати участь у майбутніх виставках та ярмарках без аналізу ефективності діяльності на попередній.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Розкрийте значення логістики виставкової діяльності у туризмі.
2. Охарактеризуйте об’єкт та предмет логістики виставково-ярмаркової діяльності у туризмі.
3. Поясніть сутність «твердого» та «м’якого» продуктів як складників логістики виставково-ярмаркової діяльності у туризмі.
4. У чому полягають методи управління потоками відвідувачів туристичних виставок?
5. Як визначити ефективність логістики виставкової діяльності утуризмі?
6. Накреслити схему методів організації нових потоків відвідувачів туристичної виставки до експозиції туристичної фірми, пояснити.
7. Що відзначається в «Журналі обліку відвідувачів»?
8. Як здійснюється аналіз щоденного відвідування стенду турфірми на туристичній виставці?
9. Як аналізуються відвідувачі стенду турфірми за типом, географічним регіоном, спеціальними інтересами?
10. Які витрати та вигоди для турфірми зазначено в матриці прибутку на інвестований капітал у логістичне забезпечення туристичної виставки?

Розділ 18. ІНФОРМАЦІЙНА ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ

18.1. Логістичні інформаційні системи в туризмі, їх принципи побудови та можливості

На сьогодні у світовому співтоваристві відбуваються глобальні зміни, зумовлені проникненням у всі сфери життя інформаційних технологій. Звертають увагу в цій тенденції і на туризм як сферу економіки, діяльності та зайнятості населення. В розвитку світового туризму нині чітко вирізняються дві основні тенденції:

1) створення великих туристичних концернів, у руках яких зосереджені всі етапи виробництва та збуту туристичних послуг;

2) розвиток електронної комерції через Інтернет.

Управління великими концернами, необхідність оперативного задоволення запитів добре інформованих клієнтів, які за допомогою Інтернету можуть обрати найдешевший варіант, потребують активного та негайного застосування нових інформаційних технологій у роботі турфірм. Вони, проникаючи в туристичний бізнес, змінюють технології управління, допомагають отримувати відповіді на будь-які запитання щодо стану справ та приймати вкрай швидкі оперативні рішення. Розглядаючи сутність інформаційних технологій, ми маємо на увазі, насамперед, використання внутрішньої інформаційної системи фірми (інтранет) та мережі Інтернет для зв'язку з постачальниками послуг і продажу турпродуктів на туристичному ринку. Об'єднання інтранет та екстранет-систем в єдине бізнес-середовище перетворює бізнес-процеси на електронні служби. Бізнес стає електронним.

Нині більшість українських турфірм автоматизовані. Однак лише найефективніші інформаційні технології мають забезпечити таку внутрішньоофісну діяльність і комунікації між окремими суб'єктами туристичного ринку в логістичному ланцюжку "туроператор - постачальник послуг - турагент - споживач", які дають шанс виграти у боротьбі з конкурентами за споживача, оскільки дозволяють останньому самому (або за допомогою агента з подорожей) отримати бажане швидко та з найменшими витратами. Логістиці інформаційних технологій у турбізнесі (або інформаційній логістиці в туризмі) і присвячений цей розділ.

Як зрозуміло з попередніх розділів посібника, логістика відіграє визначну роль в ефективній організації та управлінні туризмом, в якій функціонують такі основні суб'єкти, як споживач - турагент - туроператор - постачальник послуг - власник

рекреаційно-туристичних ресурсів; у ній важливо правильно спланувати, розумно управляти й оперативно контролювати наскрізний туристопотік, а також матеріальні, інформаційні та фінансові потоки, що обслуговують його та забезпечують процес формування Й реалізації туру відповідно до інтересів та вимог споживача. Отже, туризм потребує логістики, а логістика неможлива без інформації та технологій роботи з цією інформацією, тобто інформаційних технологій.

Технологія (techno - мистецтво, майстерність, ремесло, вміння; logos - вчення, наука) - наука про майстерність, або сукупність методів обробки, виготовлення, змін стану та властивостей матеріалу або напівфабрикату, які здійснюють у процесі виробництва продукції1. Для кожної науково та практично обґрунтованої технології характерні три ознаки: 1) поділ процесу на взаємопов'язані частини; 2) координація й поетапне виконання дій, спрямованих на досягнення мети; 3) однозначність здійснення включених у технологію процедур та операцій, що є обов'язковою та вирішальною умовою досягнення результатів, адекватних поставленій меті.

Інформаційні технології (IT) - це сукупність методів збирання, організації, обробки та надання інформації за допомогою комп'ютерів та комп'ютерних мереж. IT змінюють суспільство. Воно переходить па новий етап свого розвитку - стає інформаційним суспільством, основними властивостями якого є: створення систем глобальних комунікацій, що забезпечують кожному члену суспільства доступ до інформаційних ресурсів людства за допомогою персональних і мережевих комп'ютерів; культ знань, який поступово змінює культ грошей. Деякі автори розглядають інформаційне суспільство як суспільство пожиттєвого навчання, де діє "людиноорієнтований підхід" (англ. - people-centered approach), що передбачає навчити кожного користуватися новими технологіями, аби люди брали участь у процесах прийняття рішень і забезпечити їм відкритий доступ до інформації. В Європейському Союзі використовують п'ять базових індикаторів поширення інформаційних технологій: 1) персональні комп'ютери; 2) лінії зв'язку, в тому числі мобільного; 3) Інтернет; 4) EDI (англ. - Electronic Data Interchange - електронний обмін даними); 5) іноземні телеком-оператори та додаткові показники - кабельне та супутникове телебачення тощо. Недарма в США, а нині і в Україні, вимагають, щоб кожен 10-річний школяр за допомогою комп'ютера міг впевнено користуватися Інтернетом. Сучасний туристичний бізнес тим більше

неможливий без Інтернету, проникнення інформаційних технологій у кожну турфірму та об'єднання всіх туристичних, готельних, ресторанних, транспортних, інформаційних та інших компаній в єдиний інформаційний простір, який нині уособлює світова інформаційна мережа - Інтернет.

Отже, інформація в логістиці туризму відіграє дуже важливу роль. її мета полягає в забезпеченні ефективного обслуговування потоку туристів у логістичному ланцюжку "турагенція - туроператор - матеріально-технічна база - рекреаційно-туристичні ресурси" шляхом контролю та обліку як туристичного потоку - головного в логістиці туризму, так і тих, що обслуговують Його, - матеріального та фінансового. Це завдання потребує інтеграції окремих ділянок логістичної системи в туризмі в єдину логістичну інформаційну систему (ЛІС). До неї належать дві підсистеми: 1) функціональна, що вирішує функціональні завдання логістичного управління турфірмою; 2) забезпечувальна, яка відповідно забезпечує техніко-інформаційну та матеріально-програмувальну інфраструктуру. Отже, логістична інформаційна система - це сукупність певним чином організованих і пов'язаних засобів обчислювальної техніки (комп'ютерів), що контролюють рух туристичного, матеріального та фінансового потоків. Структура логістичної інформаційної системи в туризмі включає такі складові: а) структуризація мереж; б) їх ієрархічна побудова; в) комп'ютерне забезпечення; г) застосування стандартних комп'ютерних програм. За структурою інформаційні мережі розрізняються за їхніми топологічними схемами (рис. 18.1): структура зірки, кільцева структура, U-подібна структура. Кожна з них має свої переваги та недоліки. Наприклад, ЛІС зі структурою зірки має такий недолік: якщо псується центральна ЕОМ (ГК див. рис. 18.1), ЛІС не може працювати. Цей недолік не спостерігається у кільцевій структурі ЛІС, а U-подібна має свій недолік - при зв'язку між двома учасниками мережа закрита для інших. Ієрархічна побудова ЛІС повинна відображати організаційно-управлінську структуру відповідної турфірми. Комп'ютерне забезпечення потребує наявності стандартних мережі та пакетів даних. Застосування стандартних програм означає потребу врахування об'єднання різних служб з різними системами зв'язку, в тому числі факсового, далекого, e-mail, Інтернету.

До логістичних інформаційних систем у туризмі належать такі підсистеми:

1) стратегічна, що діє на рівні централізованого управління туристичним підприємством;

2) диспозитивна (диспетчерська) - на рівні виробничої ділянки (відділу);

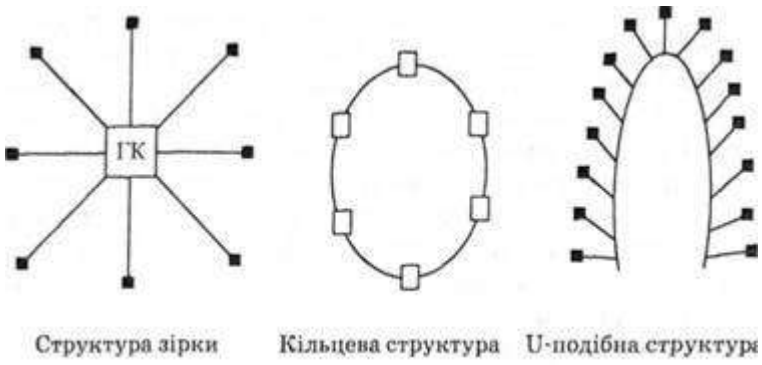


Рис. 18.1. Поділ ЛІС за структурою мережі

3) виконавча, яка функціонує на рівні окремих виконавців (менеджерів).

Також ЛІС у туризмі мають три рівні:

1) робоче місце менеджера, де здійснюється окрема операція;

2) виробнича ділянка (відділ);

3) керівництво фірми (централізована дирекція).

ЛІС у туризмі працюють на підставі вертикальної та горизонтальної інтеграцій. Перша уособлює інформаційні зв'язки туроператора з турагенціями та постачальниками складових туристичної послуги, друга - інформаційні зв'язки турфірм одного рівня (наприклад, турагенцій різної величини) між собою (великі турагенції можуть передавати своїх клієнтів малим за комісійні).

Отже, нині вже важко знайти турфірму не використовуючи Інтернет, e-mail, а багато фірм застосовують глобальні комп'ютерні мережі бронювання, серед них "Амадеус", "Габріель", "Ворлдспейн", "Аполло-Себр", "Галілео" та ін. Так, співпрацюючи з "Амадеус", можна бронювати місця в готелях, авіаквитки в усьому світі, а "Ворлдспен", крім цього, дає змогу ще й орендувати авто. Багато українських турфірм мають свій сайт в Інтернеті, на якому клієнт може не лише подивитись інформацію, цікаву для нього, але й відправити замовлення на бронювання туристичної подорожі. Такі системи використовують не тільки турфірми, але й транспортні, зокрема, авіаційні компанії. Наприклад, українська авіакомпанія "КийАвіа" співпрацює із системою бронювання авіаквитків "Габріель". Особливо ефективно застосовувати інформаційно-комп'ютерні технології у невеликих турфірмах, в яких немає жорсткого поділу функцій

між менеджерами, що надає можливості повної автоматизації процесу оформлення замовлень, зокрема, забезпечуються: а) жорсткий внутрішній порядок роботи з документами; б) прямі зв'язки з зарубіжними партнерами; в) комплексні системи бронювання турів, коли помилки зводяться до нуля; г) система електронної пошти; д) Інтернет; е) запровадження системи типових документів та єдиної бази даних. У результаті досягають таких переваг: а) збільшується кількість клієнтів; б) зменшується час обслуговування одного клієнта; в) поліпшується ефективність роботи невеликих турфірм, які обслуговують більшу кількість турів; г) єдина база даних дає змогу широко використовувати електронну пошту.

Детальніше можливості застосування турфірмами глобальних комп'ютерних мереж бронювання покажемо на прикладі системи "Галілео". Вона заснована об'єднанням авіакомпаній "ЕйрКанада", "Брітіш ейрвейз", "KLM Роял Дойч", "Юнайтед ейрлайнз", "US ейрвейз" та ін. Штаб-квартира розміщена в м. Чикаго (США), а обчислювальний центр - ум. Денвер (США). Це одна із найпоширеніших систем бронювання, яка забезпечує доступ до розкладу польотів, наявності місць і тарифної інформації. Мережа "Галілео" охоплює 540 авіакомпаній, 48 000 готелів, 368 транспортних компаній, 9 круїзних корпорацій, 50 компаній з прокату авто. Тобто "Галілео" може: бронювати авіарейси, готелі, здійснювати прокат автомобілів, замовляти круїзи, залізничні квитки, туристичні послуги найбільших світових туроператорів. На сьогодні у мережі користувачів цієї системи нараховують 42 000 агентських офісів із 107 000 робочими терміналами. Частка "Галілео" у загальному обсязі послуг бронювання в світі становить одну третину. Компанія має офіс у Києві, а українським турфірмам вона пропонує такі свої фірмові продукти:

1) "В'юпойнт" - нова концепція доступу до електронної системи бронювання за допомогою комп'ютерної миші; а у "В'юпойнт менс" пропонують комплекти карт 1400 міст та аеропортів світу, включаючи назви вулиць і місцезнаходження готелів;

2) "Фокелпойт Нет" - базовий продукт "Галілео", який забезпечує доступ до системи бронювання через Інтернет;

3) автоматичне друкування квитків кирилицею (для громадян країн СНД);

4) тарифна інформація в електронному вигляді для турагенцій та авіакомпаній;

5) прикладний програмний інтерфейс (програмне забезпечення), який дає змогу турагенціям, постачальникам туристичних послуг і розробникам програмного забезпечення створювати власні інструменти бронювання через Інтернет, тобто клієнти можуть замовляти (бронювати) на сайті турбюро в Інтернеті не тільки власні продукти турагенцій, але й усі інші послуги, які надає система "Галілео" (при цьому виключають можливості помилок, а інформація надають російською/українською мовами);

6) "Галілео Ваярлес" дає змогу клієнтові, який має мобільний телефон із доступом до Інтернету, отримати інформацію про заброньований маршрут і внести за потреби необхідні зміни;

7) "ТревелПойнт.ком". За допомогою такої функції клієнт може самостійно обрати маршрут, розрахувати вартість і забезпечити бронювання туру. Для цього йому слід підключитися до Інтернету, зайти на сторінку агенції "ТревелПойнт.ком", увести логін та пароль, у результаті чого бронювання автоматично ставиться у чергу в агенції для виписування квитків, ваучерів тощо. Тобто це віртуальна туристична агенція, котра забезпечує цілодобову послугу бронювання з мінімальними витратами для клієнта;

8) CETS - розроблена в Австрії платформа, яка надає вихід на туристичні пакети найбільших європейських туркомпаній: "Некерман", "TUI", "Куоні", "Хапаг-Ллойд", "Флюг", "Імгольц", "Тоурапа" "Аустрія" (але при цьому турфірма має укласти з "Галілео" прямий договір на використання цієї послуги).

18.2. Інформаційні технології як складові логістично-маркетингової політики в туризмі

У сфері туризму невід'ємною частиною логістичної та маркетингової політики є інформаційні технології, серед яких саме Інтернет став беззаперечним лідером електронної комерції. Світова туристична організація оцінила великі перспективи "електронних" логістики та маркетингу в туризмі, що знайшло вираження у виданні ґрунтовної праці "Маркетинг туристичних напрямів у режимі он-лайн: стратегії інформаційної ери"1. Масове використання Інтернету означає перехід людства до нової епохи - інформаційної ери. Разом із цим радикально змінюються запити споживачів. Застосовуючи Інтернет, вони не тільки мають доступ до будь-якого обсягу інформації, але й можуть її одразу отримати. Це дуже важливо для індустрії туризму, оскільки турпродукт на момент придбання є інформаційним товаром. Турист купує тільки право на авіаквиток, номер у готелі, харчування та програмне забезпечення в майбутньому.

Отже, рішення придбати турпродукт, туристичний напрямок, відвідати його має підставою тільки інформацію, запропоновану туристові. До неї належать рекламні оголошення, брошури, рекомендації, надані в Інтернеті, особливо у Всесвітній мережі (World Wide Web). Туристи одержують величезний обсяг відомостей щодо центрів, які приймають, та використовують ці далі як головне джерело інформації під час вибору туристичних напрямків. Тому сучасне гасло для організацій, котрі займаються логістикою та маркетингом туристичних напрямків (ОЛМТН) такий: "Якщо ви не працюєте в режимі онлайн, ви не можете продати ваш продукт на основному ринку".

Мережа - новітній логістичний канал для сприяння розвиткові та продажу туристичних напрямків; це глобальне середовище. Поширення інформації в регіоні, розташованому в іншій частині світу, коштуватиме не більше, ніж та сама операція в сусідньому регіоні. Оскільки турфірми беруть участь у конкурентній боротьбі, однією з їх можливих переваг є якість продукції. Туристи обиратимуть центри, які приймають, зважаючи на отриману інформацію. Щоб забезпечити її ліпшу якість, ОЛМТН має підготувати більш атрактивний інформаційний пакет, ніж її конкуренти. Одне з ключових завдань ОЛМТН полягає у створенні бази даних мультимедійної інформації за туристичними напрямками з метою розвитку та реалізації в режимі он-лайн. Така інформація має бути ґрунтовною, в електронному форматі, а також її потрібно регулярно перевіряти й оновлювати. Необхідний обсяг інформації, представлений в електронному форматі, є підставою для створення веб-сайту, який можна передати в туристичні інформаційні центри. Саме таким чином ОЛМТН застосовує стратегію комплексної інформаційної системи, за якої єдине джерело інформації можна використовувати як для внутрішнього споживання в ОЛМТН, так і для зовнішнього - в мережі або в партнерстві а третіми особами (серед них - туроператори, котрі продають путівки до центрів прийому, а також компанії, що надають послуги, наприклад, із розміщення туристів). З огляду на те, що все більше споживачів у світі віддаватимуть перевагу новітнім логістичним способам поширення он-лайн до набуття турпродукту" змінюватиметься туристична індустрія загалом. На ринку з'явиться новий тип продавців глобального туристичного продукту. Нові логістичні канали електронного розповсюдження турпродукту надаватимуть перевагу новоприбулим, яким вже не потрібно вкладати кошти в матеріальну інфраструктуру, що необхідна традиційним турагенціям, оскільки

вони зможуть здійснювати свою діяльність як з окремого офісу, так і з гаража або власної квартири. Для них важливо отримати доступ до клієнтів. У цьому можуть допомогти пошукові директорії Інтернету - Google, Yahoo!, Excite або Lycos, а також виробники програмного забезпечення Microsoft або Netscape. Якщо такі компанії мають клієнтів, які працюють з ними в режимі он-лайн, їм достатньо вкласти кошти в новий туристичний бізнес з обслуговування клієнтів у цьому режимі. Нові учасники ринку можуть також запропонувати оригінальні способи продажу турпродукту, наприклад, аукціонні сайти, на яких споживач сам встановлює ціну. Вони, до речі, вже популярні серед тих клієнтів, котрі під час купівлі турпродукту шукають найвигіднішого співвідношення ціни та якості.

Є чотири типи туристичних компаній, створених на основі зазначених вище процесів. Перший тип - це великі гравці глобального значення: купуючи дрібні фірми, вони намагаються одержати "економію від масштабу". До них належать такі туристичні компанії, як "Карлсон Вагонліт тревел" (США), "Айртурс" (в Європі). За умов ідеального ринку допускають функціонування однієї компанії-переможця, що витіснить інші фірми за рахунок низьких Цін. На ринку можливе співіснування декількох гігантів, діяльність яких не перетинається у зв'язку з недосконалістю ринкових бар'єрів та недостатньою обізнаністю споживачів.

До другого типу належать компанії, котрі вважають, що успіх гарантують тісні взаємовідносини з покупцем. У випадку універсального магазину "Маркс & Спенсер", роздрібної мережі "Вол-Март" чи розважальної корпорації "Дісней" вони функціонують та отримують прибуток за рахунок довіри клієнтів. Такий посередник може диверсифікувати свій основний продукт у продукт, що не потребує коштовної матеріальної інфраструктури, наприклад, туризм і подорожі.

Третій тип компаній - власники порталів. Такий посередник контролює

логістичний зв'язок із зовнішнім ринком. Наприклад, компанії - власники кабельного телебачення ("Кейбл Ваярлес") або пошукових систем Інтернету. В усіх випадках, коли клієнти входять у режим он-лайн, вони роблять це через портали, отже, власники останніх можуть продати клієнтам по електронним логістичним каналам такий продукт, як подорож.

До четвертого типу належать ті, що займають певну нішу на ринку туристичних послуг, існують багато років і розвиваються. Це, як правило, невеликі компанії з вузькою спеціалізацією або ті, що продають спеціалізовані тури. Споживачі завжди звертатимуться до організацій, які задовольняють їх специфічні потреби, і завдання ОЛМТН полягає в тому, щоб підтримати фахівців, котрі продають їх туристичний напрямок. Діяльності подібних вузькоспеціалізованих компаній більше не перешкоджають витрати на подолання географічних бар'єрів. Такі компанії можуть вирішувати глобальні питання. Лише за декілька сотень доларів на оплату послуг провайдерів Інтернету за правильного планування та розрахунку світові туристичні ринки можуть освоїти компанії, представники яких ще декілька років тому і не передбачали виходу за межі своїх національних кордонів. Отже, система глобального продажу стяла доступна невеликим фірмам (наприклад, британський туроператор "Спортскар-турз" запропонував новий спеціалізований продукт - подорож Великою Британією по спортивних автомобілях марки "Морган", що передбачає особливу стратегію просування в Мережі через пошукові директорії та посилання на веб-сайтах автомобільних ентузіастів).

Логістично-маркетингоний простір Мережі можна представити у вигляді матриці, що є тривимірним зображенням (рис. 18.2). її три виміри уособлюють такі складові, як споживачі (клієнти), продукти (тур), місце (дестинація).

Споживачі - це клієнти турфірм, починаючи від "новачків" (які стримано ставляться до придбання подорожі через Мережу, користуються такою можливістю один - дна рази на рік) та закінчуючи "досвідченими" (добре знайомі з Інтернетом, до того ж часто подорожують). Продукт - туристичний продукт компанії, який може змінюватися від простого (наприклад, готельний номер або зворотний квиток) до складного (маршрут із багатьма зупинками). Місце - одна з характеристик продукту (туру), при цьому важливо знати, чи це продукт виїзного туризму, що має попит у глобальному значенні (наприклад, готельне розміщення в міжнародному туристичному центрі), чи продукт, що мас локальні логістичні властивості (пакет туристичних послуг із вилітами з місцевих летовищ).

Користуючись тривимірною матрицею, можна розмістити туристичні організації в її межах. На рис. 18.2 зображені туристичні фірми трьох типів - А, В, С. До типу А належать неве ликі туроператори, які продають пакет

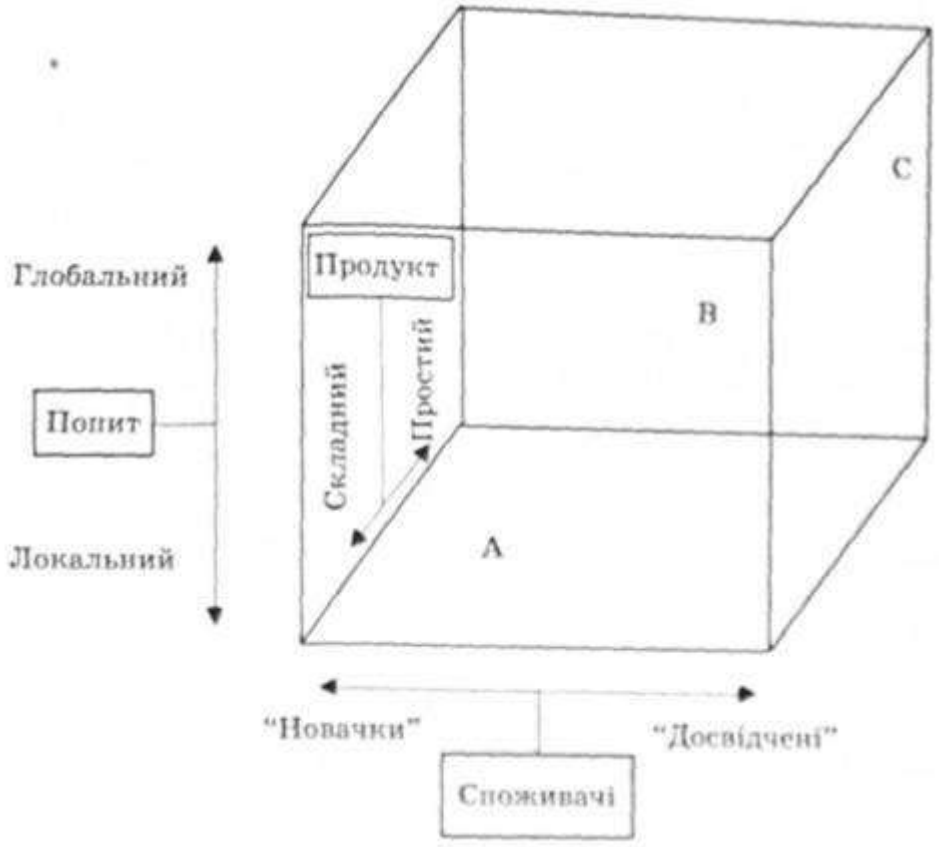


Рис. 18.2. Матриця логістично-маркетингового простору Інтернету

туристичних послуг з вилітом з малого місцевого аеродрому. Турфірми такого типу розміщені в нижньому лівому куті матриці, отже, вони мають найменший ринковий попит на свій продукт в Інтуристі. Компанії типу В розташовані в центрі. Компанії типу С мають найбільші шанси отримати значний дохід продажу турпродуктів. До них наложать, наприклад, національні авіакомпанії, продукт яких с глобальним, оскільки їх літаками пасажири долітають у певну країну з будь-яких куточків світу, їх логістику та маркетинг доцільно орієнтувати на бізнес -подорожуючих, котрі мають досвід роботи в Інтернеті, їм зручно купувати квитки в режимі он-лайн. Продукт, що пропонує авіакомпанія, - зворотний квиток, отже, положення угоди просте й зрозуміле. Компанії, що належать до типу С, мають здійснювати великі інвестиції, підтримуючи свою діяльність у Мережі, та використовувати всі переваги електронної торгівлі, що дають змогу відвідувачам сайта перевірити наявність місць і придбати квиток у режимі он-лайн, розрахувавшись кредитною карткою. Незважаючи на те, що найвигідніше

використання Інтернету є для фірм типу С, у Мережі можна знайти представників усіх категорій, що, скажімо, видно зі списку директорії Yahoo! Активно працюють в Інтернеті "Амерікан Експрес" ("Амекс") - велика турагенція зі світовою репутацією; "STA Тревел" - міжнародна агенція-посередник, що спеціалізується на туризмі студентів; "Спортскар-турз" - невеликий туроператор в'їзного туризму зі спеціалізованим продуктом; "Куоні" - великий швейцарський туроператор, який займається далекими туристичними маршрутами; "Фейт Хотелс" - світова готельна мережа (Велика Британія). Кожна з таких компаній має різноманітні проблеми, коли намагається досягти успіху під час збуту свого продукту через Інтернет, причому характер проблем залежить від типу компанії та властивостей продукту.

18.3. Логістично-маркетингові проблеми впровадження інформаційних технологій у практику українського туризму

Завдання національних, регіональних та місцевих туристичних адміністрацій в Україні, як і ОЛМТН, полягає в тому, щоб не відстати від прогресу та перейти до інформаційної ери разом зі світом. Керівники великих туристичних українських компаній зрозуміли, що без власного фірмового веб-сайту не обійтися. У сучасних умовах є потреба формувати логістичну та маркетингову стратегії турфірми в мережі Інтернет. Це стосується питань вивчення туристичних ресурсів; споживчого попиту; пропозицій інших туристичних підприємств (вітчизняних і зарубіжних); ознайомлення з чинними та новими нормативно-відомчими документами щодо туризму через сервери правового та бізнесового характеру; професійного створення веб-сайта, його логістично-маркетингової підтримки та розвитку; оперативного оновлення рекламного матеріалу, поповнення новими розділами та їх компонентами; оцінювання ефективності (кількість звернень, обсяг продажу послуг через логістичний електронний канал за певний період); розробки маркетингово-логістичних рішень за результатами досліджень і спостережень.

Шляхом формування веб-сайта в Інтернеті туристичні компанії отримують значні переваги: необмежений обсяг отримання інформації економічного, правового, підприємницького, природно-рекреаційного, туристичного характеру; зручне подання рекламного матеріалу та оперативне його оновлення; розширення цільової аудиторії та географії логістичного поширення послуг. Також це легкість входження й орієнтації та більший доступ до аудиторії потенційних користувачів - приватних осіб, корпоративних клієнтів, компаній; можливість замовлення туру, авіаквитка, бронювання номера в

готелі, оренди автомобіля, інших додаткових послуг під час подорожі та дозвілля; реєстрація кількості відвідувачів сайта на основі .лічильника.

Туристичне підприємство в цих умовах перетворюється на віртуальний офіс з логістичної організації "електронного" туризму, "місце зустрічі" туроператорів і турагенцій, турфірми та її постійних клієнтів. У структурі веб-сайта туристичної компанії слід передбачити інформацію пропоновані тури в режимі он-лайн, програми і маршрути, ціни та пільги, стислу характеристику країн відвідування, їх туристичних ресурсів, порядок в'їзду, умов розміщення в готелях і номерах, сервісне обслуговування (транспортні, страхові, екскурсійні, розважальні послуги), форму замовлення тощо. При цьому слід поєднувати текстовий та візуальний матеріали (фото, карти, схеми), банери.

Використання "пошукової машини" - зручний засіб у процесі знаходження потрібної інформації у внутрішньому середовищі інтернет-продукту. Найліпший варіант - подання версій трьома мовами - українською, російською та англійською, що дасть змогу розширити коло клієнтів серед громадян України, туристів близького та далекого зарубіжжя. На ефективність сайту впливають такі чинники: якість виконання, технічні можливості, актуальність інформації, зміст та обсяг бази надання основних і додаткових послуг; умови і зручність їх придбання для клієнтів; репутація фірми.

Часто керівники турфірм вважають, що варто лише створити веб-сайт фірми і розмістити його в Інтернеті й одразу можна очікувати величезних результатів зі збільшення обсягів продажу туристичних послуг, швидкої окупності вкладених коштів тощо. Однак ці сподівання не завжди справджуються, оскільки інформаційний продукт, як і будь-який інший, потребує логістичної, маркетингової та рекламної підтримки. Зокрема, логістично-маркетингова стратегія сприяння розвиткові туристичного сайта передбачає:

1) розміщення в найпопулярніших українських пошукових системах;

2) входження до інформаційно-туристичних систем, розміщення в інших туристичних серверах;

3) подання своєї інтернет-адреси в журналах, газетах, каталогах, проспектах, путівниках, плакатах, календарних, рекламних виставкових стендах, інформаційних листках, фірмових теках для ділових паперів, візитках, навчальних посібниках та підручниках тощо;

4) створення та рекламування компакт-дисків туристичного спрямування;

5) демонстрацію рекламного матеріалу сайта клієнтам - потенційним туристам в офісі фірми за допомогою комп'ютерного оснащення;

6) презентацію інформаційного продукту на туристичних виставках і в салонах, а також під час проведення конференцій, бізнес-зустрічей, прийому делегацій;

7) висвітлення передового досвіду структурної побудови і функціонально-технологічного потенціалу найвідоміших серверів українських і зарубіжних туристичних компаній, готелів, санаторно-курортних закладів та їх об'єднань;

8) виявлення недоліків і проблем, надання рекомендацій щодо поліпшення змістовного наповнення та якісних параметрів інформаційних технологій через засоби масової інформації, у тому числі електронні видання;

9) застосування можливостей розміщення веб-сайтів турфірми в інтернет-ресурсах, які мають високі рейтинги (за наявності англійської, німецької, французької, іспанської та італійської версій).

На українському ринку товарів та послуг потенційним туристам потрібна регулярна сучасна інформація про споживчий попит та пропозицію. На українських сторінках Інтернету таку допомогу надає спеціалізована "Довідкова з туризму", розроблена фірмою "Б.Н.Б. Інформ". Головне завдання ОЛМНТ в Україні полягає у формуванні банку даних туристичних фірм, готельних закладів, страхових, транспортних компаній та їхніх послуг. При цьому інформація має бути швидкою, надійною, змістовною, логічною, структурованою до пошуку та розуміння, а також представленою в режимі реального часу (он-лайн) для того, щоб постійно оновлюватися.

Кожен користувач Інтернету має вільний доступ на веб-сайт "Довідкова з туризму" з метою ознайомлення із запропонованими послугами російською мовою та використання інформації. Його основу становлять такі розділи, як "Туристичні послуги", "Замовлення", "Інформація про нас", "Наші партнери", "Цікава інформація", "Як з нами зв'язатися". Зокрема, у розділі "Туристичні послуги" охарактеризовано сегментні ніші, до яких належать тури на найближчі дні, шоп-тури, відпочинок, круїзи, навчання, лікування, дитячі та екскурсійні тури, автобусні та річкові маршрути. Стосовно кожного туру зазначено: країну, маршрут, тривалість поїздки (кількість діб), умови розміщення, додаткова інформація (вид транспорту, вартість туру, термін та

умови виїзду), назву туристичної компанії, яка пропонує послугу, дані про контактний зв'язок.

У новому туристичному інтернет-ресурсі дають інформацію про туристичні компанії з різних регіонів України. Серед відомих київських – Anex, Join UP!, Coral Travel, Pegas Touristik, TEZ Tour, Компас, TPG. Стосовно підприємств готельного господарства, то зазначають такі реквізити, як назва готелю, його місце розташування, номер телефону, вартість номерів та їх категорії.

У розділі "Туристичні послуги" можна також ознайомитися з інформацією про авіалінії, наявність автобусних, залізничних та авіаквитків, прийом іноземних та вітчизняних туристів, діяльність посольств та консульств, подають інформацію про оформлення закордонних паспортів, дитячих проїзних документів, страхування, туристичні видання та путівники, виставки, інші послуги (оренду автобусів і легкових автомобілів).

Якщо клієнт не знайшов на сайті потрібної інформації щодо відпочинку, то він може оформити замовлення за встановленою формою. Для цього є розділ "Замовлення", в якому слід заповнити такі дані; назва країни, маршрут, кількість днів, вид транспорту, ранг готелю, тип харчування, додаткова інформація, а також прізвище, ім'я, по батькові, телефон, факс, e-mail. Після здійснення таких дій повідомлення автоматично передається агенції для виконання з подальшим інформуванням клієнта стосовно результатів пошуку.

Щоб ознайомитися із загальносупровідними питаннями організації та оформлення документів для поїздок за кордон, клієнт може звернутися до розділу "Цікава інформація". У ньому міститься корисний матеріал стосовно купівлі страхового поліса та умов страхування, віз і ваучерів, відпочинку на гірськолижних курортах. Така інформація допомагає туристам зорієнтуватися та відповідно підготуватися до поїздок, зменшити ступінь ризику, дотримуючись вимог чинного законодавства України чи міжнародних правил. Привабливість довідкової служби полягає в тому, що турфірми можуть запропонувати експрес-інформацію, яка дає змогу, з одного боку, інтенсифікувати процес продажу деяких турпродуктів, а з іншого - терміново задовольнити потреби в поїздках у межах України та за кордон. При цьому необхідну інформацію надають не лише через Інтернет, але й багатоканальними мережами. Отже,

запровадження "цифрових" логістики, маркетингу й Інтернету у сфері українського туризму забезпечує ефективне позиціонування турфірм та їх послуг, пришвидшує процес сприяння розвитку рекламного матеріалу на внутрішньому та зовнішніх ринках, сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності, знаходженню нових клієнтів і вигідних партнерсько-логістичних зв'язків.

18.4. Туризм: інформаційні технології майбутнього

Індустрія подорожей буде успішно розвиватися в майбутньому. Через 25 або 50 років люди з задоволенням їздитимуть в нові туристичні центри. Інформаційні продукти споживачі отримуватимуть у режимі он-лайн. Якщо вони захочуть купити подорож (інформаційний продукт на момент купівлі), то всю потрібну інформацію та операції одержуватимуть і здійснюватимуть тільки через Інтернет (оскільки тут більше інформаційних можливостей, ніж у найкращій турфірмі). Отже, традиційну одноканальну схему купівлі авіаквитка або туру замінять на багатоканальну модель розподілу. З'ясуємо, у чому полягає їх відмінність. Одноканальна схема передбачає зв'язок авіакомпанії (або турфірми) зі споживачем лише через центр бронювання (замовлення) за телефоном або за допомогою агента, який спілкується з клієнтом особисто або за телефоном, а авіакомпанії надає замовлення телефоном. Потім відбувається комп'ютерна обробка отриманого замовлення в авіакомпанії (або турфірмі). За умови використання багатоканальної моделі розподілу споживач може безпосередньо зв'язуватися з авіакомпанією (турфірмою) з метою замовлення авіаквитка (туру) через: а) Інтернет; б) персональний комп'ютер; в) інтерактивне телебачення; г) мобільний телефон; д) мережеві приставки. Такі самі канали клієнт може застосувати, щоб зробити замовлення через агента. Але за багатоканальної системи розподілу замовлення споживача одразу надходить до комп'ютерної системи авіакомпанії (турфірми), де воно обробляється в автоматичному режимі.

27.

Купити подорож в інформаційну еру можна також за допомогою смарт-карти. Це кредитна картка з мікросхемою, яка дає змогу запам'ятовувати значно більше даних про її власника та гарантувати ліпшу безпеку, ніж магнітні стрічки більшості кредитних карток. Мікросхема не тільки має великий обсяг пам'яті, але й розподіляє дані, що належить до різних сфер застосування за різними ділянками пам'яті. UNWTO вважає, що смарт-картки відіграватимуть провідну роль у міжнародному туризмі вже в

недалекому майбутньому. Наприклад, компанія "Мастер Кард", що займається обслуговуванням смарт-карток, нині оцінює загальний обсяг світових витрат на подорожі та розваги у понад 110 млрд дол. США. За даними компанії, витрати, здійснені за допомогою смарт-карток у 2025 р., перевищать загальний обсяг готівкових витрат та стануть найбільшим сегментом витрат (понад 2 трлн дол. США). На сьогодні розрахунки за такими картками запроваджують багато туристичних і транспортних організацій. Так, авіакомпанії "Люфтгаиза" та "Американ ейрлайнз" дають змогу постійним клієнтам реєструватися на рейси за смарт-картками. Готельна мережа "Хілтон" у партнерстві з "Американ Експрес" запровадили для туристів систему самообслуговування за смарт-картками під час реєстрації в готелях. Передбачається, що в майбутньому така картка виконуватиме функції ідентифікації особи, проїзного документа та оплати послуг. Стосовно туристичних послуг, це означає можливість використання смарт-картки замість усіх документів, потрібних нині, у процесах:

- бронювання місць у готелях і транспортних квитків;
- трансферу до/з аеропорту;
- проходження всіх формальностей в аеропортах;
- реєстрації в місці прибуття (замість паспорта);
- оренди авто;
- реєстрації в готелі;
- повернення фірмі та складання відповідних звітів та розрахунків.

Недарма власники курортів, такі як компанія "Клаб Мед" (Франція), почали застосовувати електронні системи оплати на зразок смарт-картки в своїх закладах, у результаті чого відпочиваючим не потрібно мати при собі готівку. Такий досвід готові перейняти в інших регіонах, наприклад, на острові Джерсі (Велика Британія). Переваги картки щодо готівки очевидні. Нині працівники банків та інших фінансових установ намагаються створити єдині стандарти, що дадуть змогу користувачам переказувати гроші на смарт-картки за допомогою смарт-телефонів. Передбачають, що через декілька років мобільні телефони та ПК матимуть пристрої для оплати послуг смарт-карток. Єдина проблема полягає в тому, що чим більше турист залежить від картки під час організації міжнародної поїздки, тим складніші результати має ситуація, коли картка дає збій.

Одна з цікавих і проблемних сфер застосування інформаційних технологій у туризмі майбутнього - віртуальний туризм. Це різновид комп'ютерних онлайнових ігор, які нині, за деякими оцінками, використовують майже 300 млн осіб, а доходи становлять декілька мільярдів доларів. Один з онлайнових "світів", поширений останнім часом, - так зване "Інше життя" (англ. "Second Life"). У такому світі діє віртуальна, причому абсолютно легальна, економіка. "Інше життя" не є грою в прямому значенні, це симулятор (замінник) реального життя, яким захоплюються нині 7 млн осіб. У ньому немає цілей і завдань, встановлених "творцями" електронного світу. Учасники вільно керують своїми віртуальними персонажами в тривимірному просторі, подорожують, знайомляться, спілкуються з іншими мешканцями віртуального всесвіту. В "Іншому житті" є власна валюта - ліндени, яку можна обміняти на справжні гроші та навпаки. Гравцям доступна величезна кількість магазинів, готелів, турагенцій, барів, клубів на будь-який смак. Геймери можуть створювати нові ігрові предмети для продажу: від нової зовнішності до острова з готелями та пляжами. Кожен день в "Іншому житті" продають товарів та послуг, у тому числі туристичних, на загальну суму понад 500 тис. дол. США. У такому віртуальному світі є матеріальна вигода, отже, з'явились свої бізнесмени. Широко відома історія першої мільйонерки "Іншого життя" Ліпні Чанг (Anshe Chang), яка заробила власний перший мільйон реальних доходів від продажу віртуальної нерухомості. Успіх перших бізнесменів віртуального всесвіту разом із популярністю гри, що зростає, привели до того, що на неї звернули увагу багато компаній. Наприклад, відомі "Майкрософт" і "Сан Майкросістемз" планують інвестувати 10 млн дол. США у проєкти, пов'язані з віртуальними онлайновими світами, значно розширивши свою діяльність в онлайновому світі "Іншого життя". Вже на сьогодні в ньому функціонують майже 100 відомих торгових марок, зокрема, таких компаній, як "Тойота" (продає віртуальну версію фургона "Сізон"), "Адідас", "Рібок" (реалізовують віртуальні кросівки), "Райтерз" (відкрила віртуальне бюро новин та висвітлює події гри на своєму інтернет-сайті), "Бі-бі-сі" (радіостанція орендувала віртуальний острів, який використовуватиметься для проведення віртуальних концертів), а також "Дженерал моторс", "Найк" та ін. Є тут і банки, серед яких американський "Велс Фарго", європейські "ABN Амро", "ING Дайракт", "BNP Парібас"

тощо), а один віртуальний банк вже встиг збанкрутувати. Українських компаній в "Іншому житті" поки що немає.

"Інше життя" надає значні можливості для віртуального туризму, що підтвердилося під час карантину COVID-19. Наприклад, в онлайновому варіанті відтворено паризький Лувр, Дрезденську картинну галерею, інші музеї США та Західної Європи, багато столиць і великих міст світу, а в Україні під час ковідного карантину на віртуальні екскурсії запрошували Меджибізький замок у Хмельницькій обл., київські, харківські, львівські, одеські картинні галереї тощо. При цьому віртуальна подорож дає змогу детально ознайомитися з витворами мистецтва, що зберігаються у світових музеях, їх будівлями та усіма деталями (наприклад, американський музей "Олд Мастера Пікчер Галері" відображено з неймовірною правдоподібністю - окрім 750 витворів мистецтва, можна побачити ліплення на стелі і навіть кошики для сміття), що, звісно, навряд чи можна порівняти з враженями від віртуальних кросівок. Отже, віртуальні подорожі, готелі, музеї, острови тощо вже мають свою вартість та цінителів, обсяги та чисельність яких зростатимуть, що є одним із прикладів новітніх підходів застосування інформаційних технологій у туризмі майбутнього.

Таким чином, організації, що займаються логістикою та маркетингом туристичних напрямків, у тому числі в Україні, мають всі підстави, аби вигідно використати переваги технологій інформаційної ери. Наприклад, уявимо майбутнє, коли не потрібно буде друкувати дорогу рекламну літературу - замість цього необхідна лише одна електронна копія, щоб через Інтернет повідомити всіх туристів світу. Або у зв'язку з такою самою причиною не потрібно буде створювати туристичні представництва за кордоном - замість цього, аби надавати послуги у всьому світі, необхідна лише одна централізована організація, що працюватиме в режимі он-лайн. Інформаційна ера змінює стиль життя, стандарти туризму, логістичні та маркетингові підходи у ньому.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Поясніть сутність та необхідність логістичних інформаційних систем у туризмі.
2. Який поділ логістичних інформаційних систем існує за структурою мережі?
3. Які можливості надають логістичні інформаційні системи в туризмі?
4. Які принципи побудови логістичних інформаційних систем у туризмі?
5. Інформаційні технології як складники логістичної діяльності в туризмі.
6. Як поділяються турфірми залежно від їхнього розташування в логістично-маркетинговому просторі Інтернету?
7. Як впровадження інформаційних технологій у практику українського туризму допомагає у вирішенні його логістичних проблем?

8. Який світовий досвід використання інформаційних технологій в логістиці туризму?
9. Порівняйте враження від віртуальних кросівок та віртуальних екскурсій.
10. Який досвід віртуального туризму мали українські турфірми під час COVID-19?

Розділ 19. ФІНАНСОВА ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ

19.1. Логістика фінансово-банківських послуг

Глобалізація світової економіки призводить до суттєвого ускладнення руху фінансових засобів, що потребує розробки нових науково обґрунтованих методик, котрі дали б змогу ефективно організовувати й управляти фінансовими потоками як у масштабі окремого підприємства, так і країни, інвестиційного угруповання, всього світу. Саме такі можливості забезпечує фінансова логістика як новітній науково-практичний напрям, який ми розглядаємо як складову логістики послуг. Метою розділу є розкриття особливостей фінансової логістики як складової логістики послуг, а також висвітлення та застосування фінансової логістики в розвитку туристичної індустрії України.

Теоретичні підстави логістики послуг відносяться і до фінансової логістики, як окремого напряму логістики. З позиції бізнесу фінансова логістика - спосіб управління грошовими потоками, що дає змогу забезпечити фінансову прибутковість підприємства та збільшити його ринкову вартість. Об'єктом дослідження фінансової логістики є, насамперед, головний потік - грошовий, а також допоміжні (обслуговувальні) - інформаційний, матеріальний і кадровий. Грошовий потік визначається як сукупність розподілених у часі надходжень та витрат грошових коштів, що генеруються господарською діяльністю суб'єкта підприємництва. Таке тлумачення належить не тільки до фінансової логістики мікрорівня (підприємство), але й до мезо-, макро-, мега- та метарівнів. У науковій літературі наводиться класифікація грошових потоків за 12 ознаками:

1) залежно від масштабу обслуговування господарського процесу вирізняють: а) фінансовий потік підприємства загалом, який відображає загальний обсяг надходження та витрат грошових коштів; б) фінансові потоки за певними напрямами й видами

господарської діяльності підприємства; в) фінансові потоки окремих структурних підрозділів; г) фінансові потоки за окремими господарськими операціями.

2) за напрямком руху виокремлюють: а) вхідний (позитивний) потік, що характеризує обсяг надходження грошових коштів на підприємство; б) вихідний (негативний), який відображає обсяг витрат грошових коштів підприємством.

3) за видами господарської діяльності розрізняють фінансові потоки з діяльності: а) операційної; б) інвестиційної; в) фінансової.

4) за вартісною структурою визначають: а) валовий потік, що відображає загальний обсяг надходження або витрат грошових коштів закладу; б) чистий потік, який є різницею між валовим надходженням і валовим витрачанням грошових коштів закладу (характеризує фінансовий результат його діяльності).

5) за ступенем пріоритетності виділяють: а) пріоритетний фінансовий потік - система першочергових платежів з урахуванням стратегічних цілей і тактичних завдань підприємства; б) другорядний потік - система платежів, які можна відкласти, не завдаючи шкоди реалізації цілей і завдань закладу.

6) за відношенням до певного інвестиційного проекту вирізняють: а) додатковий фінансовий потік, що характеризує надходження та витрати грошових коштів, пов'язаних з реалізацією конкретного інвестиційного проекту; б) ретроспективний - сукупність платежів, не пов'язаних з реалізацією певного інвестиційного проекту.

7) за рівнем достатності обсягу розрізняють: а) надлишковий фінансовий потік, що відображає суттєве перевищення надходження грошових коштів щодо їх витрачання; б) дефіцитний, для якого притаманна недостатність надходження грошових коштів для покриття всіх необхідних виплат підприємства.

8) за вартісною оцінкою в часі виокремлюють: а) поточний (дійсний) фінансовий потік, як єдину порівнювану величину, що зведена за вартістю до поточного моменту часу; б) майбутній, як єдину порівнювану величину, зведену за вартістю до конкретного майбутнього моменту часу (при цьому поняття "майбутній грошовий потік" можна використовувати і як номінальну величину в майбутньому періоді).

9) за характером грошового потоку щодо підприємства визначають: а) внутрішній грошовий потік, що відображає сукупність надходження та витрачання грошових коштів у межах підприємства (формується як результат його фінансових відносин із

персоналом, засновниками, окремими підрозділами та структурними одиницями); б) зовнішній - сукупність надходження та витрачання грошових коштів з операцій із зовнішніми партнерами (постачальниками, покупцями, кредиторами тощо).

10) за формою використання грошових коштів вирізняють: а) готівковий потік - частина сукупного грошового потоку, що обслуговується готівкою; б) безготівковий - частина сукупного грошового потоку підприємства, що обслуговується різноманітними платіжними, кредитними та депозитними способами.

11) за видом валюти, що використовується, виділяють фінансові потоки в: а) національній валюті; б) іноземній валюті.

12) за можливістю регулювання процесу управління розрізняють: а) потоки, які можна регулювати, - сукупність надходження та витрачання грошових коштів, що можуть бути змінені за обсягами та термінами здійснення за рішеннями менеджерів підприємства (потоки від емісії акцій, облігацій, реалізації продукції в кредит тощо); б) потоки, котрі не можна регулювати, - сукупність платежів, що не змінюються за обсягами та термінами виконання за рішеннями менеджерів закладу без від'ємних фінансових результатів для нього (виплата податків, відсотків за кредитами).

Для грошового потоку, як об'єкту управління у фінансовій логістиці, властива певна сукупність параметрів, з кожним з яких пов'язана певна інформація та показники фінансового стану установи. Визначають такі параметри грошових потоків: величина (сума грошового потоку); швидкість; ступені регулярності і рівномірності; рівні збалансованості та синхронності; ступінь ліквідності. Розглянемо їх детальніше.

Обсяг грошового потоку відображає суму надходження або витрачання грошових коштів. Це дуже важлива ознака грошового потоку для підприємства, оскільки істотною умовою досягнення бажаного ефекту від господарської діяльності є не лише рух грошей, а їх переміщення в певних обсягах. У зв'язку з цим підприємство намагається досягти необхідного обсягу надходження коштів, оптимізувати величину виплат, пов'язаних із веденням бізнесу. Швидкість грошового потоку свідчить про інтенсивність руху грошових коштів. Щоб діяльність закладу була ефективною, слід регулювати швидкість обігу грошей з метою прискорення обігу капіталу. Ступінь регулярності грошового потоку відображає характер розподілу руху коштів у часі. Забезпечення необхідної платоспроможності та фінансової сталості потребує обліку рівня регулярності

надходження та витрачання грошових потоків у часі, коригування розподілу грошових потоків за певними часовими інтервалами. Ступінь рівномірності грошового потоку характеризує його розподіл за обсягами, що також слід враховувати у процесі обґрунтування фінансових планів та кошторисів для підтримки нормального фінансового стану. Іноді з метою його поліпшення потрібно змінити ступінь рівномірності грошових потоків шляхом їх укрупнення або розукрупнення. Рівень збалансованості грошового потоку відображає ступінь відповідності обсягів надходження та витрачання грошових коштів. Тільки за можливості покриття грошовими надходженнями всіх необхідних виплат підприємство буде фінансово стійким, здатним забезпечити фінансову рівновагу та подальший розвиток. Рівень синхронності грошового потоку характеризує узгодженість надходжень та виплат грошових коштів у часі. Синхронізація грошових потоків дає змогу забезпечити платоспроможність підприємства з найменшими фінансовими витратами, надаючи можливість мінімізувати залишки грошових коштів, максимально їх залучити в господарський обіг з метою отримання доходу та прибутку. Ступінь ліквідності грошового потоку відображає забезпечення платоспроможності підприємства в процесі організації його грошового обігу. Він свідчить про можливість покриття за рахунок грошових надходжень усіх необхідних виплат і формування потрібних запасів грошових коштів. У межах фінансової логістики підприємство впливає на параметри грошових потоків, намагаючись досягнути їх певних значень. З огляду на це формується сукупність логістичних активностей, за допомогою яких підприємство намагається забезпечити бажане фінансове становище.

Досліджуючи особливості функціонування грошових потоків, визначимо функції фінансової логістики (рис. 19.1), які поділяються на комплексні та елементарні1. У свою чергу, комплексні функції охоплюють дві групи логістичної активності: ключові та підтримувальні. Перші спрямовані на оптимізацію основних параметрів грошових потоків з метою забезпечення фінансової рівноваги підприємства. Ці функції передбачають:

1) управління залишками грошових коштів з метою забезпечення необхідного запасу грошей на рахунках закладу для досягнення стандартів платоспроможності, уникнення знецінення під впливом чинників часу та інфляції;

2) управління дебіторською заборгованістю, в процесі якого обґрунтовують частку продажу в кредит, період надання відстрочки платежу, обсяг цінових дисконтів, порядок інкасування та форми рефінансування дебіторської заборгованості;

3) управління кредиторською заборгованістю, у межах котрого визначають частку закупівель у кредит, терміни надання товарного кредиту, встановлюють графік погашення кредиторської заборгованості тощо;

4) управління банківським кредитом, що передбачає обґрунтування необхідного обсягу кредиту, виду акредитиву, термінів кредитування, умов погашення відсотків та основної суми боргу;



Рис. 19.1. Функції фінансової логістики

5) управління фінансовим лізингом, яке охоплює визначення суми угоди, величини та форми лізингового платежу, періоду кредитування;

6) управління облігаційною позикою, в процесі якого обґрунтовують обсяг позики, номінал облігацій, умови і порядок розміщення емісії облігації, рівень відсоткової ставки, періодичність сплати відсотків за облігаціями, умови погашення облігацій;

7) управління інвестиціями, в тому числі обґрунтування та вибір інвестиційних проектів, схем їх фінансування;

8) формування дивідендної політики, в процесі якого обирають її принциповий тип, встановлюють оптимальне співвідношення частин прибутку, що споживаються та капіталізуються, визначають форми дивідендних виплат;

9) формування податкової політики, в межах якої оптимізуються обсяги податкових платежів за їх окремими видами;

10) управління поточними витратами, що передбачає заходи з оптимізації витрат, визначення їх пріоритетності та термінів фінансування.

Щодо підтримувальних функцій фінансової політики, то вони спрямовані на створення найсприятливіших умов для реалізації її комплексних логістичних активностей. Вони охоплюють процес моніторингу, аналізу та планування грошових потоків. Реалізація таких функцій дає змогу оцінювати становище грошових потоків підприємства, фіксувати проблеми в їхньому русі, виявляти причини та розробляти заходи з розв'язання проблем шляхом реалізації ключових функцій. Елементарні функції фінансової логістики передбачають виконання операцій, пов'язаних із забезпеченням руху грошових коштів, включаючи дії з підготовки платіжних документів, визначення форм розрахунків, інкасування грошових коштів тощо. Усі функції фінансової логістики взаємопов'язані і їх не можна виконувати окремо одна від іншої. їх склад, співпідпорядкованість і класифікація за складністю відповідають філософії «тотального управління грошима» на підприємстві.

До складу фінансової логістики входить і банківська логістика, спрямована на оптимізацію грошових потоків клієнтів та банку шляхом формування спеціальної внутрішньобанкової організаційно-функціональної структури. Водночас банківська логістика охоплює і баланс зовнішніх банківських зв'язків за допомогою застосування кількісних та якісних показників ринку банківських послуг. До балансу банківських зв'язків належать: баланс формування ресурсів; баланс використання ресурсів; баланс міжрегіональних зв'язків з різних видів банківської діяльності тощо.

Система балансів дає змогу виявити взаємозв'язки (грошові потоки), що виникають між банківською системою та окремими галузями виробництва, соціальним сектором, регіонами; показати участь певних підрозділів економіки у формуванні та застосуванні банківських ресурсів.

Банківські зв'язки (грошові потоки) можна відобразити та проаналізувати, використовуючи принцип балансу міжрегіональних зв'язків (табл. 19.1). Баланс складається з його елементів у вартісному вираженні, отже, відображає грошові потоки між регіонами.

Таблиця 19.1. Баланс міжрегіональних зв'язків

Сфера виробництва			Сфера споживання						
			Регіони-споживачі *i*						Усього (W_j)
			У межах певної сукупності регіонів					За межами певної сукупності регіонів, B_i	
			1	2	3	...	*n*		
Регіони-постачальники *j*	У межах певної сукупності регіонів	1							
		2							
		3							
		...							
		n							
	За межами певної сукупності регіонів, C_j								
Усього, V_j									

Основним рівнянням балансу є:

$$\sum V_j + B_i = \sum W_i + C_j.$$

При цьому аналіз розподілу ресурсів виражається рівнянням:

$$W_i = B_i + \sum a_{ij} + a_{ii},$$

а аналіз формування ресурсів відповідно:

$$V_j = C_j + \sum a_{ij} + a_{jj}.$$

Регіональні зв'язки (грошові потоки) аналізують на підставі коефіцієнтів:

1) участі і-го регіону в використанні ресурсів j-го регіону:

$$K_1 = \frac{a_{ij}}{W_i};$$

2) участі j-го регіону в використанні ресурсів і-го регіону:

$$K_2 = \frac{a_{ij}}{V_j};$$

3) завезення: $K_3 = \frac{V_j - a_{ij}}{V_j};$

4) вивезення: $K_4 = \frac{W_i - a_{ij}}{W_i};$

5) забезпечення регіону власними ресурсами: $K_5 = \frac{a_{ij}}{V_j};$

6) використання місцевих ресурсів: $K_6 = \frac{a_{ij}}{W_i}.$

Зазначені коефіцієнти можуть бути основною для прогнозування відповідних зв'язків (грошових потоків) банків.

19.2. Грошові потоки в туризмі

Фінансові потоки в туризмі загалом підпорядковуються положенням фінансової логістики, але мають свої особливості. Так, фінансові потоки в туризмі поділяються на такі групи:

1) фінансові потоки, зумовлені продажем туристичних продуктів;

2) фінансові потоки, пов'язані з функціонуванням грошових фондів туристичної фірми;

3) інвестиційні фінансові потоки;

4) кредитні фінансові потоки;

5) фінансові потоки між:

а) засновниками, акціонерами (пайовиками) та туристичною організацією (формування та використання цільових фондів внутрішньогосподарського значення); б) туристичною фірмою та державою (формування кошторисних і позакошторисних фондів та їх використання; форма податків, платежі та внески; форми асигнувань, дотацій, субсидій); б) туристичною фірмою, підрядниками та субпідрядниками (ці потоки найважливіші, оскільки від ефективності їх організації залежить фінансовий результат діяльності турфірми в цілому); в) туристичною фірмою та страховими компаніями; г) туристичною фірмою та кредитно-банківськими установами; д) туристичною фірмою та її працівниками під час здійснення оплати за працю, преміювання, соціальних виплат, утримання податків, штрафувань і компенсацій за завдану матеріальну шкоду тощо.

Блок-схеми фінансово-господарських взаємовідносин туристичної фірми з виробниками та споживачами туристичного продукту подано на рис. 19.2 і 19.3.

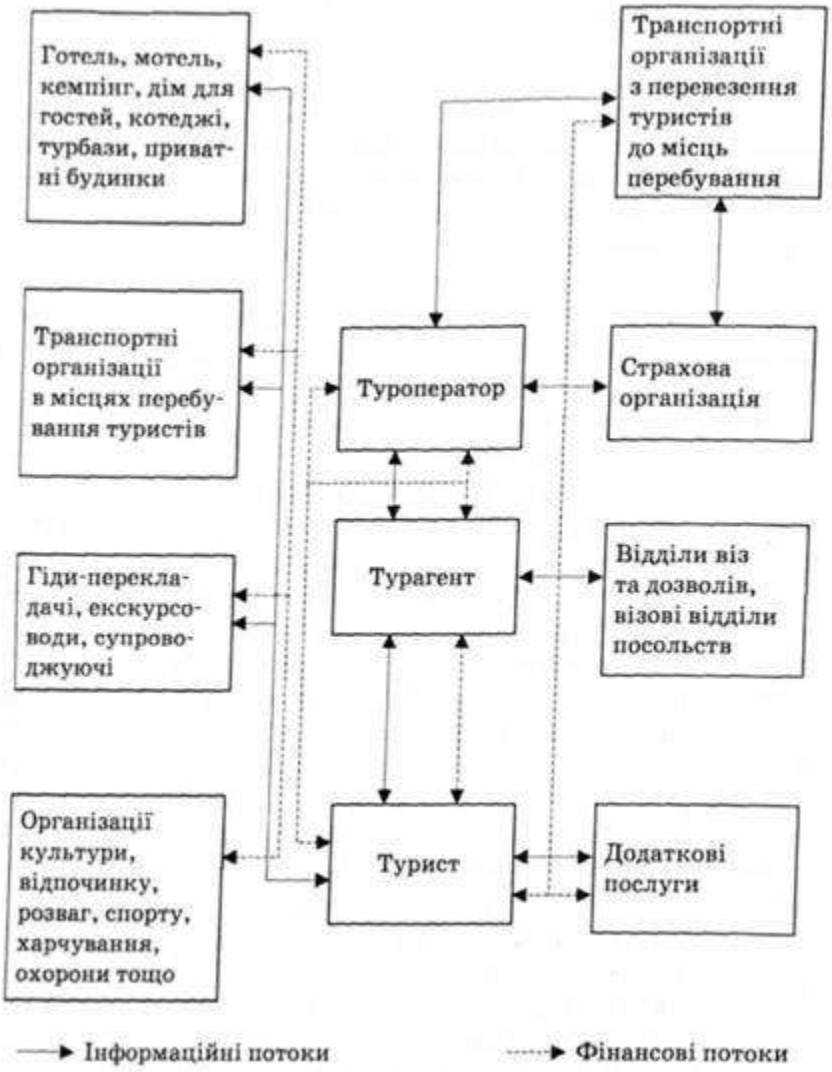


Рис. 19.2. Схема взаємовідносин суб'єктів туризму без туроператора з прийому туристів

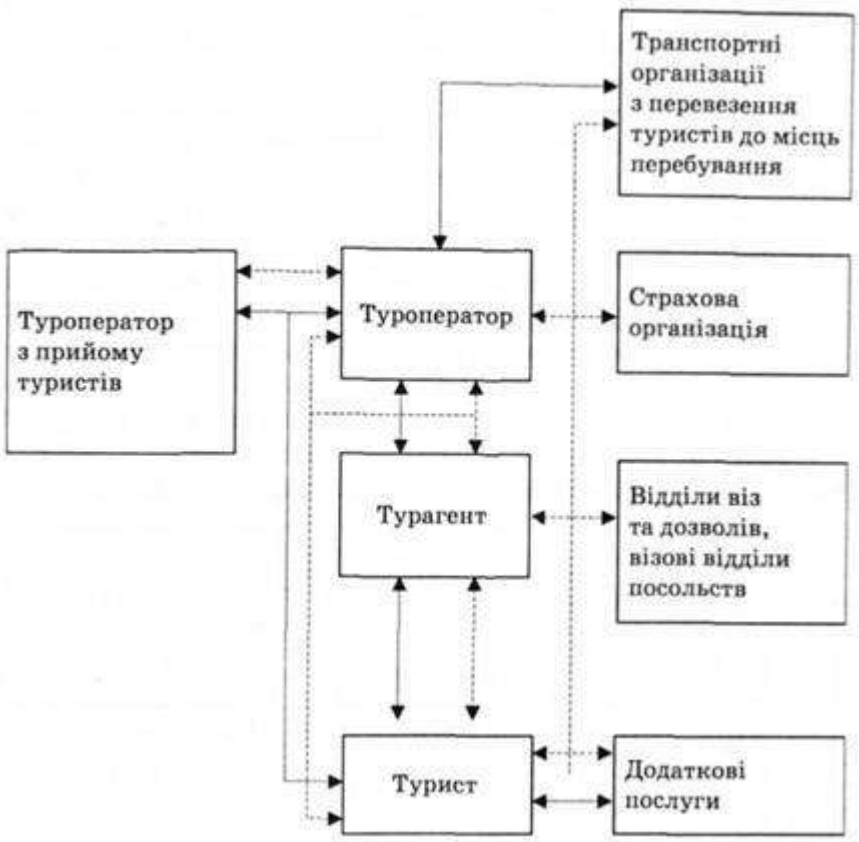


Рис. 19.3. Схема взаємовідносин суб'єктів туризму з туроператором із прийому туристів

Як видно з рис. 19.2 і 19.3, туроператор може формувати вартість турпакета шляхом надання послуг: а) безпосередньо в Україні - без туроператора з прийому туристів; б) за кордоном - із туроператором з прийому туристів.

Туроператор продає турпакети турагенціям або безпосередньо туристам. Туроператор (або турагент) може надавати туристам і додаткові послуги: придбання авіаквитків, страхування, отримання в'їзних (виїзних) віз, оформлення закордонних паспортів тощо. Слід зауважити, що представлені схеми дійсні як для фірм, що відправляють туристів за кордон, так і для тих, котрі спеціалізуються на іноземному туризмі, тобто приймають інтуристів в Україні. Відмінність полягає лише в тому, хто в конкретному випадку є туристом (український громадянин чи іноземець) та які організації надають різноманітні послуги.

Деталізуючи відносини між сторонами, що беруть участь в операціях міжнародного туризму, визначають наступні схеми, які найчастіше спостерігаються: (табл. 19.2). Позиції 1.1, 1.2, 2.1, 2.2 характеризують учасників відправлення українських туристів за кордон; позиції 1.5, 1.6, 2.4 - участь у прийомі іноземних туристів в Україні. У позиціях

1.3, 1.4, 2.3 представлені взаємовідносини суб'єктів туризму без участі українських турфірм. Позиції 1.2, 2.2 для українського турагента в обох випадках повністю тотожні.

Таблиця 19.2. Відносини між учасниками, які беруть участь в операціях міжнародного туризму

Організації, що налають послуги		**Туроператор**	**Турагент**	**Турист**
Без туроператора з прийому туристів				
1.1	Нерезиденти	Резидент	Резидент	Резидент
1.2	Нерезиденти	Нерезидент	Резидент	Резидент
1.3	Нерезиденти	Нерезидент	Нерезидент	Резидент
1.4	Резиденти	Нерезидент	Нерезидент	Нерезидент
1.5	Резиденти	Резидент	Нерезидент	Нерезидент
1.6	Резиденти	Резидент	Резидент	Нерезидент
З туроператором з прийому туристів				
2.1	Нерезидент	Резидент	Резидент	Резидент
2.2	Нерезидент	Нерезидент	Резидент	Резидент
2.3	Нерезидент	Нерезидент	Нерезидент	Резидент
2.4	Резидент	Нерезидент	Нерезидент	Нерезидент

Із правового та фінансового поглядів надання туристичних послуг згідно з даною схемою передбачає, насамперед, грошові розрахунки за надані послуги та відповідну величину оподаткування турфірми. До найсуттєвіших особливостей фінансових потоків турфірм різних організаційно-правових форм належать: формування статутного капіталу, розподіл отриманого прибутку, взаємовідносини з бюджетом. Відповідно до Закону України "Про туризм" та Цивільного кодексу України підприємницьку діяльність з надання туристичних послуг мають право здійснювати юридичні, а також фізичні особи з моменту їх реєстрації, як індивідуальних підприємців. Юридичними особами можуть бути комерційні та некомерційні туристичні організації. Перші створюються у формі акціонерних товариств закритого та відкритого типів (ЗАТ, ВАТ), товариств з обмеженою відповідальністю (ТОВ), виробничих кооперативів, державних і муніципальних підприємств тощо.

Важливими аспектами фінансової діяльності турфірми є формування та використання різноманітних грошових фондів, через які відбувається забезпечення господарської діяльності турфірми необхідними грошовими коштами. Грошові фонди туристичної фірми поділяються на дві групи:

1) фонди власних коштів, включаючи статутний капітал, додатковий капітал, резервний фонд, фонди нагромадження та спеціального призначення, нерозподілений прибуток;

2) фонди залучених і позикових засобів, до складу яких входять довго - та короткострокові банківські кредити, позики кредиторської заборгованості, цінні папери тощо. Отже, грошові фонди туристичної фірми - це джерела (ресурси), за рахунок яких вона формує свій актив: позаобігові (головні засоби - майно, нематеріальні активи) та обігові активи (грошові кошти, дебіторська заборгованість, витрати майбутніх періодів тощо). Ефективність господарської діяльності турфірми істотно залежить від співвідношення її позаобігових та обігових активів.

У практичній діяльності ці пропорції виражаються у загальноприйнятих правилах, які в узагальненій формі отримали назву "золоті правила фінансування". Їх сутність має такий зміст:

1) за рахунок власних коштів фірми мають формуватися всі її позаобігові активи та 10-15 % обігових. Інші обігові активи (90-85 %) можуть формуватися за допомогою залучених і позичених коштів. Сенс цього правила полягає в тому, що в разі вилучення у підприємства всіх залучених фінансових коштів у його розпорядженні мають залишитися основні кошти та частина обігових активів для подальшого функціонування доти, доки фірма не залучить додаткові ресурси в формі кредиту, позики тощо з метою відновлення попередніх ресурсів;

2) призначені для інвестицій фінансові ресурси повинні перебувати в розпорядженні фірми доти, доки вони залишаються зв'язаними в результаті здійснення цих інвестицій. Тобто потрібно досягти узгодженості (синхронізації) щодо термінів залучення та розміщення (інвестування) грошових коштів;

3) сплата податків має корелюватися з короткостроковими активами (наприклад, з державними казначейськими облігаціями) згідно з приказкою: "Податки сплачувати треба, але не всі одразу";

4) дебіторську заборгованість фірми за сумою та термінами слід узгодити із сумою кредиторської заборгованості.

Варто звернути особливу увагу на те, що в практичній господарській діяльності турфірм важливим є не стільки забезпечення та виконання зазначених вище правил,

скільки оптимізація позаобігових і обігових активів та пов'язаних з ними ресурсів грошових фондів. Це потребує не тільки глибоких знань про фінансові складові формування та підтримки оптимальних обсягів активів туристичної фірми, але й урахування особливостей зовнішнього середовища, яке здійснює значний вплив на фінансові показники турфірми. Такі завдання, особливо останнє, неможливо вирішити не застосовуючи логістичні способи й методи управління, планування та прогнозування фінансових потоків усередині логістичних систем, між логістичними системами, а також між логістичними системами та зовнішнім середовищем.

Отже, логістичний фінансовий потік у туризмі - це цілеспрямований рух національних грошових і валютних коштів, а також цінних паперів усередині логістичної системи або між логістичною системою та зовнішнім середовищем з метою максимізації нагромаджувального фінансового фонду (доходу) та мінімізації затрат (видатків).

19.3. Управління фінансовими потоками туристичних фірм

Ефективне управління фінансовими потоками - важлива складова господарської діяльності кожної туристичної організації. Одним із чинників, що впливає на фінансові потоки турфірми, є величина так званого фінансового циклу, який розглядають, як часовий інтервал вкладення грошових коштів фірми в готову туристичну продукцію, запаси та витрати (матеріальні обігові активи), дебіторську та кредиторську заборгованості. Тривалість (час) фінансового циклу визначають за формулою

$$ТФЦ = ЧВГП + ЧОД + ЧОК,$$

де ТФЦ - тривалість фінансового циклу, дні; ЧВГП - час вкладення засобів у готову продукцію, дні; ЧОД - час обігу дебіторської заборгованості, дні; ЧОК - час обігу кредиторської заборгованості, дні. У свою чергу:

$$ЧВГП = \frac{\overline{МОА}}{С_п} \cdot 360 \text{ днів};$$

$$ЧОД = \frac{\overline{Д_з}}{В_п} \cdot 360 \text{ днів}; \; ЧКД = \frac{\overline{К_з}}{С_п} \cdot 360 \text{ днів},$$

де МОА - середня величина матеріальних обігів активів; $Д_з$ - середня величина дебіторської заборгованості; $К_з$ - середня величина кредиторської заборгованості; $С_п$ - повна собівартість реалізованої продукції; $В_п$ - виторг від продукції, що реалізується.

Управління фінансовими потоками визначають, як мінімізацію фінансового циклу та відповідно мінімізацію грошових коштів, що інвестуються в обігові активи. Алгоритм цього управління передбачає виконання таких дій: а) побудова схеми фінансового циклу грошового потоку; б) аналіз складових циклу; в) розробка механізму оптимізації кожного із складових циклу; г) реструктизація циклу грошового потоку; д) контроль і підтримання оптимальних значень кожної складової фінансового циклу.

Реалізувати наведений алгоритм можна тільки за умови залучення відповідного математичного апарату та засобів обчислювальної техніки. В результаті здійснених розрахунків потрібно отримати відповідь на основні запитання:

1) які роль та значення кожної складової фінансового циклу в механізмі оптимізації грошового потоку; 2) за допомогою яких дій можна забезпечити перевищення надходжень грошових коштів над платежами; 3) яким чином підтримувати оптимальні значення фінансового циклу протягом встановленого або передбачуваного часу?

Фінансові потоки туристичної фірми аналізують, як правило, на основі планових показників та звітних даних. Планові показники фінансових потоків турфірми розраховують у вигляді оперативного фінансового плану або так званого «платіжного календаря» (табл. 19.3).

Особливість платіжного календаря полягає в тому, що туристична фірма спочатку визначає всі свої грошові витрати на місяць, а потім шукає грошові ресурси для покриття видатків. Планування можливих витрат і джерел їх покриття забезпечується шляхом оперативного контролю та обліку виторгу, що отримують від реалізації туристичної продукції та її витрачання. Розробка та обґрунтування платіжного календаря - одна з найважливіших умов ефективного управління фінансовими потоками туристичної фірми. У разі перевищення витрат, що плануються, над очікуваними надходженнями грошових коштів (дефіцит платіжного календаря) рекомендують здійснювати такі заходи:

1) перенести частину платежів на наступний календарний період; 2) стимулювати прискорення реалізації туристичного продукту; 3) знайти додаткові фінансові джерела.

Таблиця 19.3. Оперативний фінансовий план туристичної фірми

Номер рядка	Показник
1	Початкове сальдо.
2	Надходження коштів (усього).

2.1	Реалізація продукції.
2.2	Погашення дебіторської заборгованості.
2.3	Доходи від інших видів діяльності.
2.4	Інші грошові надходження.
3	Витрачання коштів (усього).
3.1	Оплата постачальникам.
3.2	Погашення кредиторської заборгованості.
3.3	Виплата заробітної плати.
3.4	Сплата податків.
3.5	Інші поточні видатки.
4	Сальдо за період.
5	Сальдо зростаючим підсумком

У випадку профіциту (перевищення доходів над витратами) частину вільних грошових коштів на певний період можна (навіть доцільно) інвестувати в ліквідні та дохідні цінні папери (наприклад, у ДКО, векселі тощо).

У туристичних фірмах, окрім платіжного календаря, ведуть ще «податковий календар», котрий допомагає запобігти простроченню оплати податків та пені, а також «касовий план», в якому відображають надходження та виплати грошових коштів через касу фірми.

Загалом фінансово-грошові розрахунки туристичної фірми поділяють на дві групи: всередині турфірми та за її межами. Внутрішні розрахунки пов'язані з виплатою заробітної плати та підзвітних сум працівникам, дивідендів акціонерам тощо та здійснюються в основному з фізичними та деякими юридичними особами в готівковій формі через касу. Готівкові розрахунки між юридичними особами обмежені сумами, що встановлює Національний банк України (НБУ). Зовнішні розрахунки зумовлені: а) фінансовими взаємовідносинами з товарних і нетоварних операцій щодо формування; б) руху та реалізації туристичного продукту; в) розрахунків з виробниками туристичних продуктів; г) сплатою податків до кошторисного та позакошторисного фондів; д) отриманням і поверненням кредитів; е) розрахунками з акціонерами, підзвітними особами тощо. Зовнішні розрахунки здійснюють, як правило, в безготівковій формі, що, з одного боку, дає змогу досягти значної економії на видатках обігу, а з іншого - надає можливість державі контролювати законність виконуваних господарських і розрахункових операцій та оплату податків. При цьому готівкові розрахунки між контрагентами здійснюються через банки або інші фінансові установи, в яких учасники взаєморозрахунків (клієнти) відкривають власні рахунки.

Туристична фірма може відкривати в банках два основні види рахунків - поточний та депозитний. Також може бути і кредитний рахунок. Туристичне підприємство обов'язково має в банку поточний рахунок, який є обов'язковим, оскільки розрахунок туристичної фірми з іншими організаціями повинен бути безготівковим. Кожна фірма має свій поточний рахунок, що складається з 14 цифр. Він, у свою чергу, має поділятися на рахунки в різній валюті, тобто може бути в національній та іноземній валютах. Наявність таких рахунків залежить від виду діяльності турпідприємства. Якщо воно займається зовнішньоекономічною діяльністю, то відкриває рахунки в іноземних валютах з метою розрахунку з іноземними партнерами. Як правило, додатково здійснюють таку операцію для розрахунку в доларах США та євро, іноді - у британських фунтах.

Також, за потреби, туристична фірма може відкривати й депозитні рахунки, тобто рахунки, на які кладуть частину коштів від прибутку фірми на певний термін, про що домовляються з банком. Такий рахунок оформлюють, коли підприємство має певні залишки від прибутку, котрі не планує використовувати в майбутньому. В такому разі турфірма домовляється з банком про період депозитного вкладу, а також відсотки, отримані від нього. Організація також може мати кредитний рахунок, але туристичні фірми, як правило, його не відкривають.

Законодавчо процеси відкриття рахунків у банку регулюються Законом України "Про підприємницьку діяльність", постановами та інструкціями НБУ, а також Міністерством фінансів України, зокрема Постановою НБУ "Про затвердження Інструкції про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземних валютах" від 12 листопада 2003 р.

До 2004 р. кожне підприємство в Україні повинно було мати транзитний рахунок. Такі рахунки передбачали, що кошти, які отримала фірма в іноземній валюті, потрібно поділити. Тобто 50 % залишалося на валютному рахунку на підприємстві в іноземній валюті, інші 50 % продавали (обмінювали на національну валюту) на так званому банківському ринку. Після обміну іноземної валюти на національну вони знову надходили на рахунок підприємства у національній валюті. Такі дії запобігали надмірному накопиченню іноземної валюти в Україні. Нині постанову, що регулювала

цей процес, скасували. На сьогодні організації не повинні продавати іноземну валюту, яка надходить на їх валютні рахунки.

До найпоширеніших форм безготівкових фінансових розрахунків між платниками та отримувачами належать: платіжні доручення, платіжні вимоги-доручення, акредитиви, розрахункові чеки.

19.4. Логістика фінансового планування та прогнозування туристичної діяльності

Фінансове планування - це спроба передбачення фінансового становища суб'єкта господарювання на певний період часу. Сутність стратегії фінансового планування полягає у визначенні можливих обсягів фінансових ресурсів, капіталу та резервів на основі прогнозування динаміки фінансових показників. Ефективне управління фінансами туристичної організації можливе лише за умови планування всіх фінансових потоків. Процес планування охоплює такі етапи: 1) вибір цілей і завдань; 2) послідовність дій з реалізації плану; 3) оцінювання витрат на здійснення плану; 4) контроль виконання плану.

На сьогодні застосовують такі методи планування, як: балансовий, нормативний, розрахунково-аналітичний, економіко-математичного моделювання. Балансовий метод планування - плановий баланс доходів і видатків. Шляхом розрахунків балансів (активів, пасивів) досягають узгодження фінансових ресурсів та фактичної потреби в них. Нормативний метод ґрунтується на розрахунку потреби у фінансових ресурсах та їх джерелах на основі прийнятих норм і техніко-економічних нормативів (знаючи норматив та показник обсягу, визначають плановий показник). Економіко-математичний метод полягає в побудові математичної моделі динаміки фінансових показників діяльності об'єкта господарювання та вирішення на цій підставі оптимізаційних завдань вибору раціональних планових значень фінансових показників.

Фінансове планування відіграє важливу роль у діяльності туристичних фірм. У процесі такого планування кожна турфірма всебічно оцінює своє фінансове становище, визначає можливість збільшення фінансових ресурсів та напрями найефективнішого їх використання. Фінансове планування здійснюють на підставі аналізу інформації про фінанси туристичної організації, отриманої з бухгалтерської, статистичної та управлінської звітностей. Фінансове планування в туристичних організаціях поділяється на оперативне та стратегічне.

До складу оперативного фінансового планування входять дві частини. У першій аналізують фінансові показники за попередній період (як правило, рік). Для цього використовують головні фінансові документи туристичної організації: річний баланс, звіт про прибутки та збитки, рух грошових засобів тощо. Сутність другої частини полягає у створенні основних прогнозних документів: обсягів продажу, руху грошових засобів, аналізу прибутків та збитків, прогнозу балансу. Шляхом прогнозування обсягів продажу визначають вплив цін на обсяги продажу туристичної продукції, величину інфляції та зміну співвідношення валютного курсу гривні (особливо до долара США та євро), на потоки грошових засобів фірми тощо. Як правило, прогноз реалізації туристичної продукції, розрахований на один рік та поділений за місяцями, охоплює такі показники: а) обсяг продажу турів у натуральному вираженні; б) ціну туру; в) рівень інфляції у відсотках; г) валютний курс гривні, зокрема, до долара США та євро; д) обсяг реалізації турів у грошовому виразі тощо.

Головна мета фінансового прогнозування руху грошових коштів полягає в тому, щоб досягти їх синхронності надходження та витрачання, або необхідної ліквідності активів турфірми в майбутньому. Нестача грошових коштів у певний момент часу може призвести до несплати і навіть до банкрутства фірми. За допомогою прогнозного аналізу прибутків та збитків визначаються такі показники:

1) можливий виторг від реалізації туристичної продукції; 2) собівартість реалізації продуктів та послуг; 3) комерційні витрати; 4) управлінські витрати; 5) прибуток (збиток) від реалізації; 6) відсотки до отримання й оплати; 7) інші операційні доходи та видатки; 8) прибуток (збиток) від фінансово-господарської діяльності; 9) інші позареалізаційні витрати та доходи; 10) прибуток (збиток) планового періоду; 11) прибуток (збиток) зростаючим підсумком; 12) податок на прибуток; 13) використання прибутку; 14) нерозподілений прибуток (збиток) планового періоду.

З обсягу реалізації туристичної продукції (без ПДВ, акцизів, митних платежів) відраховують умовно-змінні витрати та залишають маржинальний прибуток. Від нього, у свою чергу, віднімають умовно-постійні витрати та визначають остаточний фінансовий результат (чистий прибуток або збиток). Обсяг виробництва туристичної продукції, за якого величина виторгу від її реалізації дорівнює її повній собівартості, називають критичним обсягом виробництва. Графічно цей показник позначають точкою

беззбитковості (рис. 19.4). Визначивши точку беззбитковості, планування прибутку здійснюють на

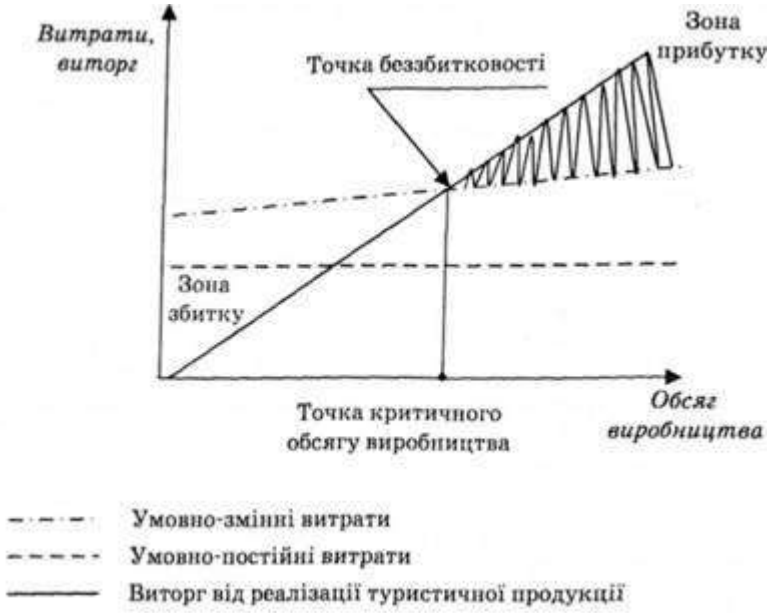


Рис. 19.4. Залежність виторгу та витрат від обсягу виробництва туристичного продукту

основі ефекту фінансового операційного важелю, тобто такого запасу фінансової міцності, за якого туристична організація може дозволити зменшити обсяг реалізації турпродукції, не доходячи до збитковості. Дія фінансового важелю пов'язана з непропорційним впливом умовно-постійних та умовно-змінних витрат на фінансовий результат за зміни обсягів виробництва та реалізації туристичного продукту. При цьому, чим вища частка умовно-постійних витрат у його собівартості, тим сильніша дія фінансового важелю. Якщо збільшується обсяг продажу, частка умовно-постійних витрат у собівартості істотно знижується, а вплив фінансового важелю зменшується.

Важливу роль у фінансовому плануванні туристичної діяльності відіграє прогнозування балансу. Це зведена таблиця, в якій подано джерела ресурсів, за рахунок котрих туристична організація формує основні (власні) та обігові (залучені та позичені) засоби. В активі балансу містяться позаобігові й обігові засоби розміщення ресурсів: розрахунковий рахунок, каса, дебіторська заборгованість тощо; у пасиві - залучені та запозичені засоби, кредиторська заборгованість, аванси споживачів туристичних продуктів тощо. Баланс активів і пасивів потрібний для того, щоб було видно, в які види активів спрямовуються грошові кошти, та за рахунок яких видів пасивів передбачається фінансувати створення таких активів. Особливістю структури активів туристичних фірм

є низька частка позаобігових активів. Це пов'язано з тим, що туроператори і турагенти не мають потреби створювати великі основні засоби та нематеріальні активи. За статтею "Нематеріальні активи" в турагентів може враховуватися лише ліцензія на здійснення туристичної діяльності та програмні продукти. Туроператор може мати дещо ширшу сукупність нематеріальних активів.

Специфіка господарської діяльності туроператорів та турагентів виявляється, насамперед, у їх обігових активах, зокрема, в дебіторській заборгованості. Наприклад, висока частка останньої (в середньому понад 60 %) стосовно інших видів активів туроператорів (приблизно 18%) пояснюється тим, що між моментами продажу та реалізації туристичних продуктів є значний часовий період, оскільки тури формуються і продаються, як правило, за декілька тижнів або місяців до початку подорожі. У зв'язку з цією особливістю в туроператорів виникає дебіторська заборгованість, а в турагентів - кредиторська. У пік туристичного сезону частка першої у складі фінансових активів туроператорів досягає 70%, а частка грошових коштів зменшується до 15%. Натомість турагенти в процесі реалізації туристичних продуктів отримують значні грошові кошти з їх часткою майже 70% у структурі обігових активів.

Також туристичним фірмам притаманні особливі склад і структура джерел фінансових ресурсів. Туристична діяльність в основному фінансується за рахунок залучених коштів (понад 2/3) та частково - власних. Це пов'язане з тим, що туристична організація одержує гроші за реалізовані турпутівки значно раніше, ніж надає відповідні послуги. Серед залучених коштів основну частину (50% у туроператорів і 70% у турагентів) становить кредиторська заборгованість. Причому цими ресурсами турфірма може користуватися безвідсотково та досить тривалий час. Туристичні фірми, зазвичай, не вдаються до кредитування під обігові кошти. Потреба в запозичених засобах у турфірм виникає у процесі організації нового бізнесу, розширення асортименту послуг, розробки та впровадження нових туристичних маршрутів, будівництва нових офісів, турбаз, готелів, придбанні транспортних засобів тощо. Зростання обсягу реалізації туристичної продукції, як правило, призводить до збільшення дебіторської заборгованості, оскільки турфірми у такому разі надають покупцям триваліші відстрочення платежів і розширюють практику продажу путівок у кредит.

Отже, сутність оперативних (поточних) планів залежить від того, яке місце турфірма посідає на ринку туристичних послуг, зовнішнього середовища, а також часових параметрів продажу турпутівок та платежів. Істотний вплив на логістичний менеджмент має життєвий цикл товару в туризмі. Криві обсягів продажу та прибутку подано на рис. 19.5. Розглянемо детальніше зміст зображених етапів стосовно туристичної діяльності. Етап розробки - формування турпродукту - зазвичай пов'язаний із витратами та інвестиціями фірми на дослідні та технологічні розробки, договірні угоди тощо. На етапі впровадження турпродукту характерне повільне збільшення обсягу продажу, що пов'язано з новизною туру для споживачів та значними витратами на рекламу, презентації, виставки тощо. Логістичні рішення зі збуту на цьому етапі стосуються селективного розподілу та підтримки маркетингової політики продажу. На етапі зростання турпродукт приймають споживачі, що спричинює стрімке збільшення обсягів продажу та прибутку турфірми. Але водночас

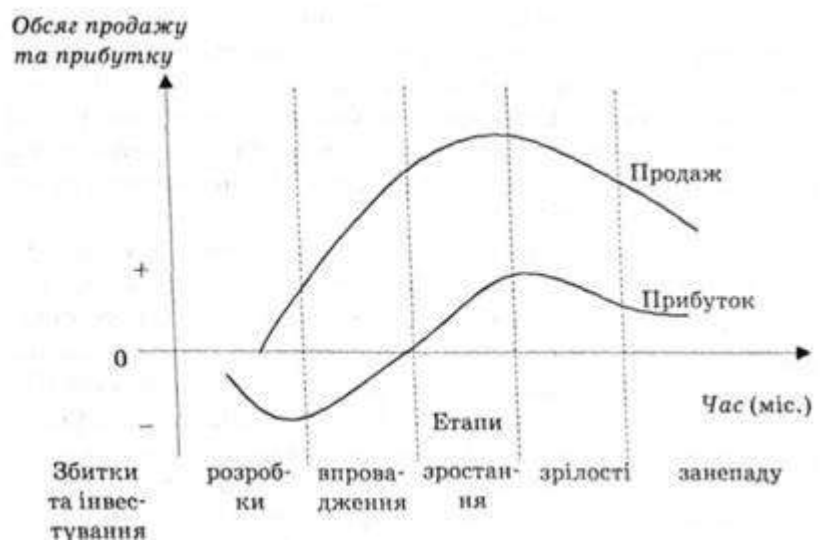


Рис. 19.5. Життєвий цикл товару в туризмі

виникають труднощі, пов'язані з достовірним прогнозом попиту. Відсутність або невчасне отримання інформації про продаж може призвести до хибних рішень із дистрибуції щодо реалізації турпродукту. Тому потрібні ретельний логістичний контроль процесу збуту турів і швидка реакція логістичного менеджменту на зміни туристичного ринку, запровадження нових видів туристичних послуг тощо.

Етап зрілості або насичення - це період утвердження турпродукту на ринку. Темпи збуту можуть ще збільшуватися, однак повільніше, ніж раніше. На такому етапі багато роздрібних точок продажу турпродукту є дуже конкурентоспроможними. Це пов'язано

з тим, що турпродукт на ринку збуту набув визнання серед більшості потенційних туристів. У кінці періоду починається зменшення обсягів продажу та прибутку. Отже, логістичні рішення менеджерів слід спрямувати на пошук і розроблення нових перспективних напрямів туристичної діяльності.

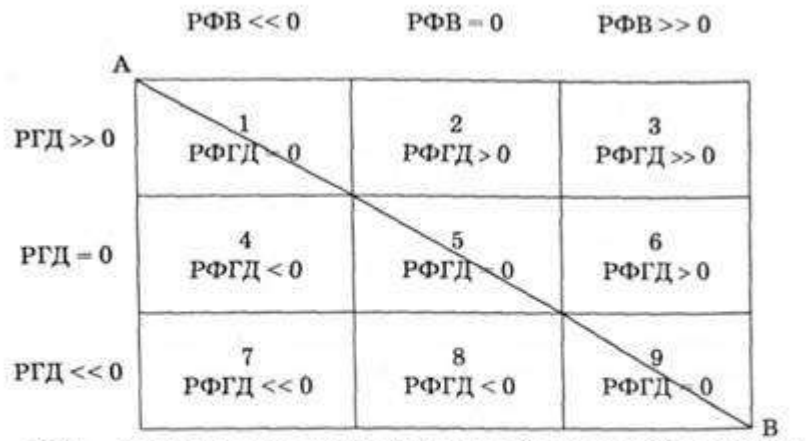
На етапі занепаду турпродукти застарівають, попит на них скорочується, а витрати па стимулювання збуту та рекламу залишаються на попередньому рівні, в результаті чого маржинальний прибуток зменшується. У міру скорочення попиту та прибутку ринок залишають фірми, які не витримали конкуренції та вчасно не спланували відповідні дії. Логістичний менеджмент у цей період має коригувати свою діяльність з урахуванням обставин, що виникли, активно впроваджувати новітні маркетингові та інформаційні технології.

Завдання врахування та розрахунку можливих змін життєвого циклу реалізації туристичного продукту на тривалий період вирішують за допомогою довгострокового або стратегічного фінансового логістичного планування та прогнозування. Слід зауважити, що ця проблема виходить за межі тільки фінансових відносин продавця та покупця турпродукту. Для її розв'язання потрібні участь та дії не тільки менеджерів турфірми, акціонерів, кредиторів та інших суб'єктів спільної діяльності, але й спеціалістів-логістів, котрі володіють сучасними методами оптимізаційного вирішення подібних завдань. За будь-якої стратегії поведінки туристичної фірми в умовах ринкової економіки завдання стратегічного фінансового планування полягає у виборі та обґрунтуванні його джерел фінансування.

Вибір стратегії фінансування відбувається зазвичай у співвідношенні "ліквідність-прибутковість" туристичної фірми. Схематично це співвідношення представлено на рис. 19.6 у вигляді матриці, з якого випливає, що маневруючи показниками прибутковості та ліквідності, можна досягти потрібної стратегічної ефективності фінансово-господарської діяльності туристичної організації.

Отже, за діагоналлю АВ проходить зона рівноваги (прямокутники 1, 5, 9), вище діагоналі - зона ефективного, успішного господарювання (РФГД більший нуля), під діагоналлю - зона дефіциту (РФГД дорівнює нулю або менший нуля). Можна так прокоментувати деякі положення таблиці-матриці на рис.19.6. Прямокутник 1 свідчить про орієнтацію туристичної фірми на отримання максимального прибутку (РГД>>0)

шляхом суттєвого зменшення ліквідності своєї фінансової діяльності (РФД<<0), що можна забезпечити, якщо



РГД — результат господарської діяльності, виражений величиною прибутковості.

РФД — результат фінансової діяльності, що виражений величиною ліквідності.

РФГД — результат фінансово-господарської діяльності (сумарний результат двох попередніх).

Рис. 19.6. Таблиця вибору стратегії фінансування

відмовитися від формування фінансових резервів, залучення до обігу позичених ресурсів (кредитів) у великих обсягах тощо. Прямокутник 5 відображає спрямованість туристичної організації на "виживання" шляхом забезпечення нульової прибутковості (РГД=0) та ліквідності (РФД=0), якщо є певні власні резерви та джерела. Прямокутник 9 свідчить про прагнення турфірми освоїти нові сфери туристичного ринку шляхом відмови від одномоментної максимальної прибутковості (РГД<<0) на користь різкого збільшення ліквідності (РФД>>0).

Здійснити обрану стратегію виживання або розвитку туристичної організації можна тільки на підставі точного математичного розрахунку та прогнозування її бізнесової активності. Процес планування туристичної діяльності поділяють на дев'ять етапів, які мають передбачити місцеві органи влади, приватні компанії чи асоціації з метою розробки або розширення заходів з постійного та успішного міжнародного туристичного маркетингу та логістики. До них належать:

1) визначення продуктів збуту; 2) інвентаризація ресурсів; 3) аналіз ринку; 4) організація міжнародних контактів; 5) удосконалення внутрішніх ресурсів; 6) удосконалення інформаційних джерел; 7) розробка рекламних матеріалів; 8) залучення фахівців; 9) вихід на ринок.

Ці етапи розташовані в такому порядку, в якому їх потрібно здійснювати. Деякі з них починаються і завершуються протягом короткого періоду, інші відбуваються одночасно у процесі реалізації плану. Але всі вони необхідні для організації та проведення всебічних й ефективних заходів з міжнародного туризму, їх можна проводити протягом перших 12 місяців реалізації плану.

Під час розробки стратегії планування логістична діяльність має бути частиною виробничо-функціональної поряд із маркетинговою та організаційною стратегіями загальної господарської діяльності туристичної організації. При цьому до логістичної діяльності повинні належати транспортні перевезення; надання послуг; виконання замовлень стосовно розміщення, харчування туристів, забезпечення мобільним і телекомунікаційним зв'язком тощо. Завдання логістики та маркетингу, пов'язані з реалізацією турпродукту на ринку туристичних послуг, обслуговуванням клієнтів турфірми належать до класу Fronf - офісних технологій. Наприклад, програмування функцій обслуговування потенційних туристів, включаючи продаж квитків (туди/назад), проживання в готелях, калькуляцію вартості путівки, облік замовлень на тури з їх аналізом і складання бізнес-плану на короткотерміновий та тривалий періоди тощо.

На ринку програмного забезпечення є досить багато таких програм, серед них "Майстер-Тур", "Само-Тур", "ИНФО-Тур", "Тур-WIN", "Академсервіс" тощо. Технології, на яких ґрунтуються ці програми, засновані на вибірці даних з довідників для складання бази даних заявок клієнтів, їх можна реалізувати за допомогою засобів табличного процесора Excel. Джерелом даних є відомості з географії, щорічні туристичні виставки, каталоги, буклети, публікації в українських журналах "Міжнародний туризм", "Вояж", "Велика прогулянка" тощо.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Наведіть прізвища українських вчених, які розробляють новітній напрям логістики – логістику фінансово-банківських послуг.
2. Що є об’єктом дослідження фінансової логістики?
3. Скільки є ознак фінансових потоків?
4. Як поділяються фінансові потоки за видом діяльності?
5. Як розрізняються фінансові потоки за відношенням до інвестиційного проекту?
6. Які параметри грошового потоку виділяють у фінансовій логістиці?
7. У чому полягає сутність комплексних та елементарних функцій фінансової логістики?
8. Як застосовується баланс міжрегіональних зв’язків у фінансово-банківській логістиці?
9. Які види (групи) фінансових потоків в туризмі виділяються?

10. Які схеми фінансово-господарських відносин між туристичними фірмами та споживачами туристичного продукту існують?
11. Як поділяються грошові фонди туристичної фірми?
12. Розкрийте сутність «золотих правил фінансування» в туризмі.
13. Розкрийте сутність логістичного фінансового потоку в туризмі.
14. Як визначається в туризмі тривалість фінансового циклу?
15. Яка мета логістичного управління фінансовими потоками в туризмі.
16. З'ясуйте поняття логістики фінансового планування та прогнозування туристичної діяльності.

Розділ 20. ТРАНСПОРТНА ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ

20.1. Класифікація транспортних подорожей і транспортних засобів у туризмі

Транспорт - це одна з головних галузей в економіці кожної країни. В історії людської цивілізації революційну роль відіграв винахід колеса. Із розвитком цивілізації з'явились такі перші види транспорту, як суходільний (гужовий) та водний (річковий, пізніше морський). У XIX ст. виник залізничний транспорт, в XX ст. - автомобільний та авіаційний, а також трубопровідний. Отже, нині транспортна система світу охоплює шість видів транспорту: автомобільний, залізничний, морський, річковий, повітряний і трубопровідний. Перші п'ять видів активно використовують у туризмі. При цьому з транспортом пов'язане саме виникнення організованого туризму як окремої сфери людської діяльності.

Першим фахівцем туристичної справи вважають англійця Томаса Кука. У 1814 р. він організував першу туристичну поїздку в Англії залізницею з м. Лестер до м. Лафборо, в якій брали участь 570 членів товариства тверезості. Вартість такого "туру" становила лише один шилінг, мета його не була комерційною. З 1847 р. підприємство, створене Т. Куком, почало організовувати закордонні поїздки, спочатку до Франції, а пізніше - до інших європейських країн. У 1851 р. заснували комерційне бюро подорожей "Томас Кук та син", яке вже в 1865 р. відправило першу організовану групу туристів на відпочинок до Швейцарії. Отже, перші кроки в розвитку туризму були пов'язані із залізничним та морським транспортом. У 1838 р. колесно-гвинтовий пароплав "Грейт вестерн" здійснив перший рейс - перевіз із Америки в Європу 68 пасажирів, започаткувавши регулярне пароплавне сполучення між Нью-Йорком і Лондоном. У 1866 р. Т. Кук здійснив поїздки двох груп англійських туристів до США, а в 1867 р. американський пароплав "Квейкср Сіті" відправили в п'ятимісячну морську подорож, на борту якого перебували 60 туристів. Серед них був Марк Твен, який описав свої дорожні пригоди в книзі "Простаки за кордоном". Так почав розвиватися міжконтинентальний

туризм. У 1882 р. Кук організував першу в світі кругосвітню подорож. Новий бізнес зацікавив багатьох підприємців. Після фірми Кука на Британських островах виникають туристичні організації "Треймз та Ланн", "Політична туристична асоціація", "Кооперативна асоціація відпочинку", "Велосипедний туристичний клуб". У другій половині XIX ст. туристичні фірми та агенції з'являються в США, а також у Франції, Італії, Швейцарії, Україні та інших країнах Європейського континенту. Звичним явищем стає резервування місць на транспорті та номерів у готелях, класифікація готелів, дорожні чеки, розклади руху та путівники з вичерпною інформацією.

На сьогодні транспортні системи різних країн світу мають свої особливості, враховуючи такі чинники, як географічне положення, природно-ресурсний потенціал, рельєф, клімат, ландшафт тощо. Тому різні країни мають різну структуру транспортного комплексу. Наприклад, рівнинні країни, насамперед, розвивають залізничний та автомобільний види транспорту. Якщо в країні є багато річок та озер, активно функціонує річковий транспорт. Країни, які мають вихід до морів та океанів, обов'язково використовують морський транспорт. Гірські країни та країни з великою площею території активно розвивають повітряний транспорт. Ці характеристики впливають на туризм, особливо міжнародний, котрий як раніше, так і нині, без транспорту практично неможливий. У свою чергу, розвиток туризму потребує розвитку транспорту. Прикладом є річкові екскурсії та круїзи, які започаткувала відома компанія "Америкен експрес" на колесному пароплаві на р. Міссісіпі (США) у першій половині XIX ст. Пізніше круїзи отримали розвиток в Європі (рр. Рейн і Дунай) та Африці (р.Ніл), а на початку XX ст. і в Україні – р.Дніпро. Існує класифікація транспортних подорожей, які поділяють за низкою ознак: типом маршруту; видом транспорту, що використовують; сезонністю дії; формою маршруту; тривалістю подорожі тощо (рис. 20.1). Згідно з "Рекомендаціями зі статистики туризму", розробленими UNWTO, пропонується така класифікація засобів транспорту в туризмі:

1) повітряний транспорт: рейси за розкладом, рейси без розкладу, інші повітряні перевезення;

2) водний: пасажирські лінії та пороми, круїзи та ін.;

3) суходільний: залізниця; міжміські та міські автобуси; приватні авто (місткість до 8 осіб); прокат автотранспортних засобів; інші суходільні транспортні засоби.

З огляду на зазначене вище, міжнародну класифікацію транспортних засобів подано на рис. 20.2. Найбільш популярними є автобусні, авіаційні та залізничні подорожі (майже 90 % загального обсягу транспортних подорожей). Нині залежно від терміну та відстані подорожі частка транспортної складової в ціні туру становить від 20 до 60 %.

У процесі планування подорожі турист враховує такі чинники, як: швидкість прибуття до потрібного місця, комфорт подорожі, вартість, можливість перевезення багажу та його вага, можливість зупинки під час руху, умови харчування, рівень шуму та вібрації, умови для сну та відпочинку, можливість детального огляду під час поїздки, екологічні фактори і, звичайно, безпека. За пріоритетами ці вимоги поділяють таким чином: 1) безпека подорожі; 2) вартість і наявність різних пільг; 3) комфортабельність; 4) швидкість прибуття та ін.

Чим більше позитивних характеристик, тим вища вартість транспортної подорожі, однак жоден транспортний засіб не може задовольнити всі вимоги туриста та турфірми. Наприклад, високій пасажиромісткості й комфорту подорожі на морських та річкових суднах протиставляють їх невисоку мобільність і швидкість руху.



Рис. 20.1. Класифікація транспортних подорожей

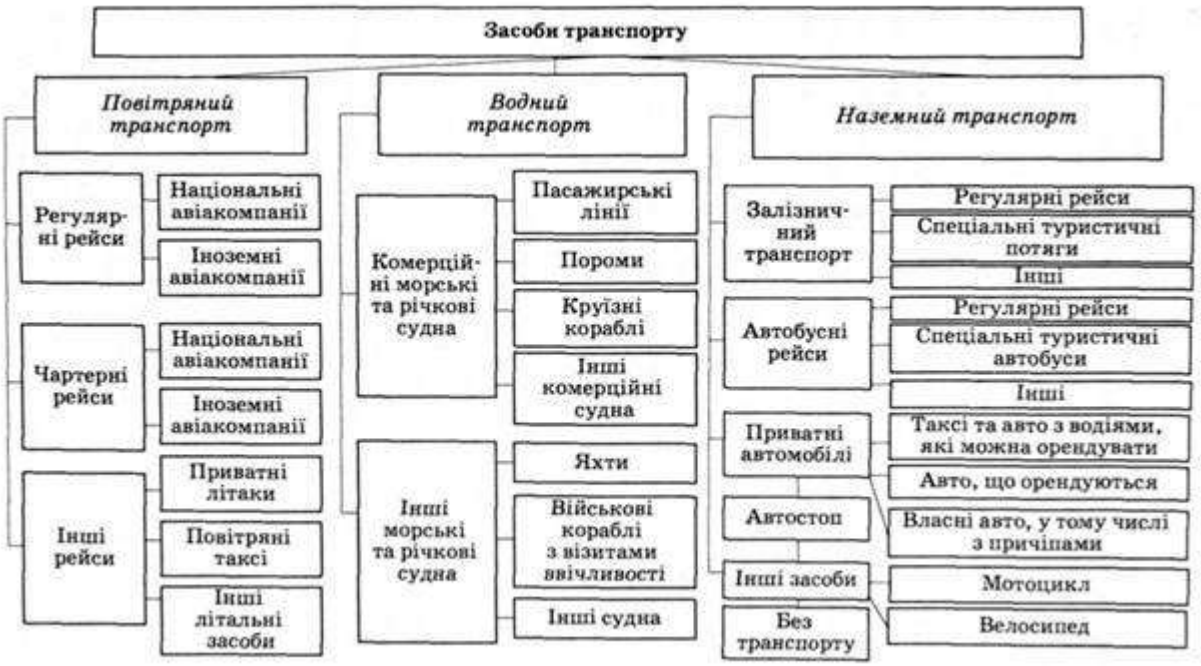


Рис. 20.2. Міжнародна класифікація транспортних засобів

Значна швидкість прибуття туристів літаками за досить високого рівня сервісу пов'язана з високим рівнем тарифів. Високий рівень мобільності автомобільного транспорту (автобусів та легкових авто) протиставляють незначній пасажиромісткості та низькому рівневі безпеки. Загалом оцінювання привабливості головних транспортних засобів для міжнародних туристичних подорожей за 10-бальним рейтингом наведено в табл. 20.1. Аналізуючи таблицю, слід зазначити, що рейтинг видів транспорту, що застосовують у туризмі, за десятьма основними вимогами (критеріями оцінювання) відрізняється незначно. Певну роль відіграє вплив взаємопротилежних чинників (вартості, експлуатаційної швидкості, місткості, капітальних затрат тощо).

У транспортній логістиці в туризмі визначають такі важливі поняття:

1. *Gateway* (ворота, вхідна брама) - багатогалузевий (мультимодальний) транспортний центр, через який здійснюється основний в'їзд туристів у країну. Наприклад, для України - це Київ (із міжнародним аеропортом Бориспіль), для Великої Британії - Лондон (міжнародні аеропорти Хітроу, Гетвік), для Франції - Париж (міжнародні аеропорти Орлі та Шарль де Голль), для США – Нью-Йорк (міжнародні аеропорти Ла Гвардія, Кенеді), Вашингтон (міжнародний аеропорт Нешнл) тощо;

2. *Open jaw* (відкрита щелепа) - тур, що починається з одного міста країни, а закінчується іншим містом, звідки туристи летять (відбувають) на батьківщину, наприклад, "Київ - Дніпро - Одеса" або "Нью-Йорк - Сан-Франциско - Лос-Анджелес" тощо.

20.2. Вибір виду транспорту та компанії-перевізника в логістиці туризму

Вибір виду транспорту в логістиці туризму залежить, окрім критеріїв оцінювання, і від визначення термінів прибуття туристів. Для цього потрібно обчислити експлуатаційну швидкість кожного виду транспорту, застосовуючи такі формули:

Таблиця 20.1. Рейтингова оцінка видів транспорту в логістиці туризму

№	Критерії оцінювання	Вид транспорту					
		річковий	морський	залізничний	автомобільний		повітряний
					Автобус	Легкове авто	
1	Безпека руху	7	5	6	4	5	7
2	Екологічна безпека	6	6	7	5	6	8
3	Вартість перевезення*	8	6	9	8	2	1
4	Експлуатаційна швидкість	1	2	6	4	6	10
5	Мобільність	1	1	1	8	10	5
6	Можливість зупинки за бажанням туриста	2	1	1	8	10	1
7	Можливість тривалого життєзабезпечення в дорозі	8	10	5	3	2	5
8	Місткість	7	10	6	4	1	7
9	Питомі капітальні затрати*	2	1	5	8	10	2
10	Рівень комфорту	8	10	2	4	6	6
	Разом балів	50	52	48	56	58	52

* Найнижчий бал відповідає найвищій вартості.

1) залізничний транспорт:

$$T_З = t_{пк} + \frac{l}{V_п^З} + t_{дод}^З;$$

2) морський транспорт:

$$T_М = \frac{l}{V_{ком}}; V_{ком} = \frac{l}{\frac{l}{V_{доб}} + \frac{2L \cdot D_е}{M} + t_{дод}^М};$$

3) річковий транспорт:

$$T_Р = t_0 + \frac{l}{V_п^к} + t_{дод}^Р;$$

4) автотранспорт:

$$T_A = t_{пк} + \frac{l}{V_{ек}},$$

де: $T_з$, $T_м$, $T_р$, $T_а$ - термін прибуття туристів відповідним видом транспорту; $t_{пк}$ - час на початково-кінцеві операції (в туризмі часто дорівнює 0); l - відстань у км або милях; $V^з_п$, $V^к_п$ - норма пробігу залізничного вагону або корабля за добу; $t^з_{дод}$, $t^м_{дод}$ - час на додаткові операції (діб) для залізничного, річкового або морського транспорту (в туризмі часто дорівнює 0); $V_{ек}$ - експлуатаційна швидкість автобуса (км/год); $V_{ком}$ - комерційна швидкість корабля (миль/доба); $V_{доб}$ - експлуатаційна швидкість корабля (миль/доба); L - коефіцієнт використання вантажопідйомності (%); $Д_в$ - вантажопідйомність судна (тон); M - середньозважена добова норма вантажних робіт (тон/доба); t_0 - час на накопичення, формування та відправлення вантажів, діб (у туризмі дорівнює нулю).

Порівняння ефективності різних видів транспорту залежно від відстані показано на рис. 20.3.

В умовах ринкової економіки турфірма, як покупець транспортних послуг, не "замкнута" на певних перевізниках, а може обирати їх, орієнтуватися на репутацію того або іншого транспортного закладу. Стосовно 29 % перевізників, з якими турфірма укладає 80 % своїх угод, варто розробити та використати систему рейтингової оцінки компаній-перевізників. Аналіз їх діяльності

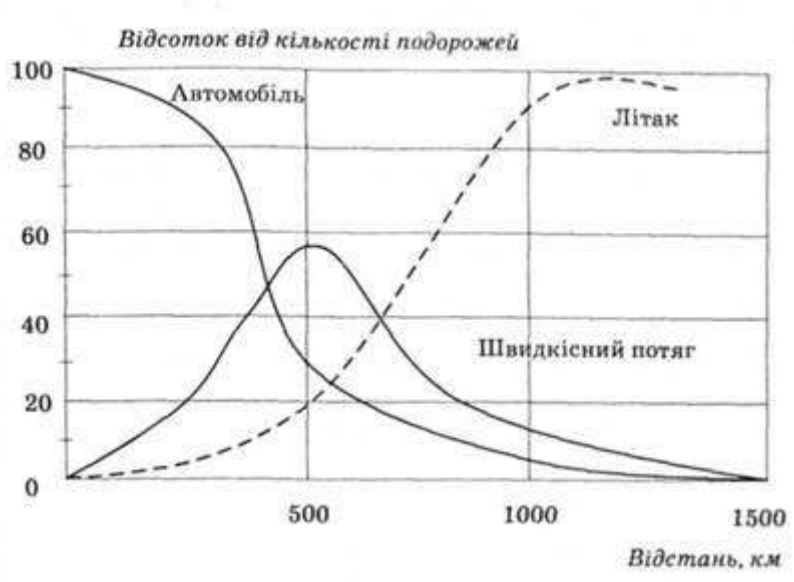


Рис. 20.3. Порівняння ефективності автомобільних, залізничних і повітряних перевезень туристів

доцільно здійснювати за такими критеріями: 1) безпека перевезень; 2) вартість транспортних послуг; 3) швидкість прибуття туристів; 4) надійність; 5) технічний і сервісний потенціали; 6) фінансове становище перевізника.

Процедура оцінювання перевізників з метою вибору найліпшого з них передбачає такі етапи:

1) турфірма визначає значущість того або іншого показника та кожному надає ранг; 2) кожен показник оцінюють за 5-бальною шкалою (ступінь важливості зростає від 1 до 5). Отупінь задоволення турфірми певним перевізником визначають як відношення фактичної величини оцінки показника $А_{факт}$ до тієї величини, за якої потреба задовольняється максимально. При цьому $А_{макс}$ дорівнює 5. Таким способом розраховують індекс кожного показника; 3) для всіх показників обчислюють інтегральні індекси; 4) інтегральні показники підсумовують, порівнюють і після цього вибирають найбільш придатного перевізника.

У західній логістичній практиці у процесі вибору перевізника часто використовують спеціально розроблені рангові системи показників. Для прикладу наведемо одну з них (табл. 20.2). Найпростіша схема вибору перевізника за допомогою систем ранжонаних критеріїв полягає у безпосередньому порівнянні сумарного рейтингу перевізників.

Таблиця 20.2. Ранжування критеріїв вибору перевізників

№ з/п	Критерій (показник)	Ранг
1	Безпека перевезень	1
2	Тарифи (вартість перевезення)	2
3	Надійність (дотримання часу прибуття)	3
4	Загальний час перевезення	4
5	Готовність перевізника до переговорів про зміну тарифу	5
6	Фінансова стабільність перевізника	6
7	Наявність додаткового устаткування в автобусі	7
8	Якість сервісу	8
9	Наявність додаткових послуг 30	9
10	Кваліфікація персоналу	10
11	Відстеження руху транспортного засобу	11
12	Готовність перевізника до переговорів про зміну сервісу	12
13	Гнучкість схем маршрутів перевезень	13
14	Сервіс на лінії	14
15	Процедура заявки (замовлення на транспортування)	15
16	Якість організації продажу транспортних послуг	16
17	Спеціальне устаткування	17

Уявімо, що логістичним менеджером турфірми як вибору прийняті: 1) безпека перевезень; 2) тариф на перевезення; транспортного засобу. Попередній аналіз ринку транспортних послуг дав змогу виявити трьох перевізників, що задовольняють вимоги до перевезень туристів. Ступінь відповідності цих перевізників обраній системі критеріїв оцінюють незалежні експерти за 3-бальною шкалою: 1 - "добре", 2 - "задовільно", 3 - "незадовільно (погано). Отримані рейтинги наведено у табл. 20.3. Незважаючи на те, що сума набраних усіма перевізниками балів дорівнювала 10, урахування рангу кожного чинника в сукупності з коефіцієнтом значущості показало, що слід віддати перевагу другому перевізнику.

Отже, в туристичних подорожах на близькі відстані (до 5 км) вигідно переміщатись пішки або велосипедом; на відстані від 5 до 500 км раціонально використовувати автомобіль; від 30 до 1500 км – залізницю; а авіація нерентабельна на відстанях менших, ніж 500 км. Відповідно виникає конкуренція між різними видами транспорту за перевезення пасажирів. Наприклад, нині під час вибору виду транспорту, щоб доїхати з Парижа до Лондона, туристові пропонують літак або супершвидкісний залізничний експрес "Євростар", який їде Євротунелем під протокою Ла-Манш та долає відстань між зазначеними містами лише за три години. Однак у деяких місцевостях немає альтернативи у виборі виду транспорту. Приміром, у багатьох приполярних місцевостях Норвегії, США, Канади доріг немає, водний транспорт застосувати неможливо унаслідок льодових обставин і навігації, тому використовують або гелікоптер, або засоби малої авіації, а місцеве населення переміщується на оленях, собаках чи мотосанках, а якщо у місцевості є відповідні умови - на всюдиходах або засобах на повітряній подушці.

Головну роль у загальній структурі транспортних послуг відіграє авіаційний транспорт, оскільки більшість туристів, особливо якщо це далекі подорожі, обирають саме цей вид транспорту. Якщо літаки - магістральний вид транспорту, то автобусний та автомобільний - туристичний транспорт місцевого та внутрішньо регіонального значення. Автотранспорт застосовують у туризмі для трансферів, екскурсій, внутрішньо-маршрутних перевезень, оренди автомашин туристами тощо. Особливо популярні автобусні екскурсійно-пізнавальні тури з відвіданням декількох міст і

пам'ятних місць: для туристів дуже зручно, коли вони можуть їздити маршрутом і в містах на автобусі.

Таблиця 20.3. Рейтингова оцінка і вибір перевізника

№ з/п	Критерій	Ранг*	Значущість**	Перевізники					
				I		II		III	
				Оцінка	Рейтинг***	Оцінка	Рейтинг	Оцінка	Рейтинг
1	Безпека перевезень	1	5	1	5	1	5	1	5
2	Тариф	2	2,5	3	15	2	10	1	5
3	Надійність	3	1,7	1	5,1	2	10,2	3	15,3
4	Фінансова стабільність	6	0,8	2	9,6	3	14,4	2	9,6
5	Відстеження руху	11	0,45	3	14,85	2	9,9	3	14,85
6	Підсумкові показники			10	49,55	10	49,5	10	49,75

Примітки: * — ранг кожного критерію беруть із табл. 11.2; ** — показник значущості отримують шляхом діленням $A_{max} = 5 \cdot$ ранг; *** — рейтинг — це добуток рангу, значущості й оцінки.

Основний конкурент автобуса в групових перевезеннях туристів – залізниця, яка в Україні має пріоритет навіть щодо авіаційних перевезень. Перевага залізничних перевезень полягає в низьких тарифах, а в зарубіжних країнах - у системі знижок та проїзних квитків. Однак на далеких відстанях конкурувати з авіаційним автомобільний і залізничний транспорт не можуть. Водний транспорт (річковий та морський) пов'язаний з особливим видом туризму - круїзним. Водні подорожі також мають переваги (високий рівень комфорту, великий обсяг одночасного завантаження, можливість реалізації різних видів та цілей туризму (пізнавальний, бізнес-туризм, навчальний, шоп-туризм), повноцінний відпочинок, повний комплекс життєзабезпечення) та недоліки (низька швидкість руху, високі тарифи, обмеження рухливості, "морська хвороба" для частини туристів).

20.3. Логістика повітряного транспорту в туризмі

За даними світової статистики, темпи зростання популярності авіатранспорту є найбільшими серед усіх видів туристичного транспорту, що зумовлено розширенням географії подорожей та стійкою тенденцією до скорочення термінів подорожей на користь їх частоти (тобто збільшення популярності короткотермінових турів на далекі відстані). Це приводить до того, що особливого значення в туристичному бізнесі набувають авіаційні перевезення. Незважаючи на трагічні події 11 вересня 2001 р., літаки нині залишаються найпопулярнішим видом транспорту у світі. Те саме можна

сказати і про авіаперевезення в туризмі, що пояснюється такими причинами: 1) авіатранспорт - найбільш швидкий і зручний вид на далекі відстані; 2) він забезпечує високий рівень сервісу; 3) авіакомпанії передбачають низку стимулів для туристичних фірм, зокрема, через міжнародні мережі бронювання та резервування місць виплачують комісійні за кожне забронюване місце.

Повітряний транспорт - одна з найдинамічніших галузей світового господарства, яка з кожним роком посідає все міцніші позиції у світовій транспортній системі. На сьогодні у світі нараховують понад 1300 авіакомпаній. У середньому за рік авіатранспорт перевозить 1,5 млрд осіб (2019 р.). Міжнародні авіаперевезення забезпечують понад 470 перевізників, із них 250 здійснюють регулярні міжнародні рейси. Обслуговують міжнародні авіаперевезення більш ніж 1 тис. аеропортів, з них 650 - регулярні міжнародні рейси. До найзначніших авіакомпаній світу за кількістю перевезень пасажирів належать американські "Дельта ейрлайнз", "Пен Америкен", "Юнайтед", французька "Ейр Франс", німецька "Люфтганза", британська "Брітіш ейрвейз". До найбільших аеропортів світу за обсягом пасажиропотоку станом на 2022 р. належать (табл.20.4.).

Таблиця 20.4. Найбільші аеропорти світу за обсягом пасажиропотоку (2022 р.)

№	Назва аеропорту	Міжнародний код	Обсяг пасажиропотоку, млн. осіб
1	Стамбул	IST	5,996
2	Лондон (Хітроу)	LHR	5,991
3	Париж	CDG	5,5
4	Амстердам	AMS	5,3
5	Франкфурт	FRA	4,9
6	Мадрид	MA	4,5
7	Барселона	BSN	4,1
8	Анталія	AYT	3,9
9	Пальма де Мальорка	PMI	3,7
10	Лондон (Гетвік)	LGW	3,5

В Україні до 2020 р. діяли 92 авіакомпанії різних форм власності, з них 50 - державні. Є також приватні, закриті та відкриті акціонерні компанії, які, залежно від фінансових можливостей, мали більший або менший парк повітряних суден. В експлуатації перебувало 27 типів цивільних літаків. За останні 10 років (до 2020 р.) українську цивільну авіацію поповнили транспортні та пасажирські літаки Ан-124, Ан-74, Ан-32, а також західні –останні моделі «Боінг», «Аеробус», «Фалкон» тощо.

Введення в експлуатацію сертифікованої західної техніки дало змогу льотному й інженерно-технічному складу освоїти нові технології, забезпечити сучасний рівень сервісу пасажирам. Керує цивільною авіацією Державна авіаційна адміністрація України - Украавіація, що входить до складу Міністерства інфраструктури України. Діючих аеропортів в Україні до 2020 р. нараховувалось 43, із них 17 мали статус міжнародних, а регулярні міжнародні рейси здійснювалися із 15 аеропортів. Було укладено 62 міждержавні двосторонні угоди про повітряні сполучення. Міжнародні рейси до 36 країн світу здійснювали 10 українських авіакомпаній, з яких лідерами були: "Авіалінії України" (рейси у 21 країну), "Міжнародні авіалінії України" (9 країн), "Аеросвіт" (8), "Дніпроавіа" (6), "Крим" (5). Найбільш дальніми рейсами були: Київ - Торонто, Київ - Нью-Йорк, Київ - Пекін. В Україні регулярні польоти здійснювали повітряні судна 51 іноземної авіакомпанії. До найпопулярніших маршрутів належали: Париж - Київ (14 рейсів, авіакомпанія "Ейр Франс"), Амстердам - Київ (11 рейсів, авіакомпанія KLM), Франкфурт - Київ (7 рейсів, авіакомпанія "Люфтганза"), Відень - Київ (щоденно, авіакомпанія "Австрійські авіалінії"), Лондон - Київ (5 рейсів, компанія "Британські авіалінії").

Найбільшими аеропортами за кількістю відправлень пасажирів були Бориспіль (40 %), Сімферополь (20), Одеса (15), Київ - Жуляни (8) та Львів (5). Розвиток авіатранспорту України пов'язаний з будівництвом нової злітної смуги у Борисполі, що дало можливість приймати всі види літаків, які є в світі, з реконструкцією аеропорту "Київ" ім.І.Сікорського та деяких інших аеропортів.

У системі міжнародного повітряного транспорту, крім міжнародних перевізників та аеропортів, значну роль відіграють держави, котрі пов'язані міжнародними авіалініями та забезпечують ці зв'язки, а також міжнародні організації в галузі повітряного транспорту, мета діяльності яких полягає у забезпеченні його ефективного функціонування та безпеки. Повітряний транспорт має три способи регулювання:

1) національне (шляхом ліцензування авіаперевізників, що працюють як на внутрішніх, так і на міжнародних маршрутах);

2) міждержавне (коли регулярні авіамаршрути мають підставою угоди між урядами країн);

3) міжнародне (тарифи на регулярні авіарейси встановлюють (для членів авіаліній) на основі взаємних договорів між авіакомпаніями - учасниками за посередництвом Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA) або третьої особи).

Один із видів міжнародного регулювання авіаперевезень - створення пулів, що об'єднують авіакомпанії, які діють на певних міжнародних маршрутах. Оскільки повітряний транспорт займає міцні позиції у світовій транспортній системі, виникла потреба у його загальносвітовій координації та регулюванні. Цим займаються міжнародні авіаційні організації ICAO та IATA. ICAO - Міжнародна організація цивільної авіації (International Civil Aviation Organization), яка об'єднує 183 держави світу. IATA - Міжнародна асоціація повітряного транспорту (International Air Transport Association), що об'єднує міжнародні авіакомпанії (створена у 1919 р.). Головна функція IATA - упорядкування міжнародних комерційних авіасполучень, запровадження єдиних правил і процедур, узгодження тарифів на міжнародні пасажирські авіаперевезення. Туристичні агенції беруть участь в IATA через її спеціальне відділення - Міжнародну мережу туристичних агентів авіакомпаній (International Travel Agents Network - ITAN), а також міжнародні організації цивільних аеропортів.

Логістика авіаперевезень у туризмі потребує максимального узгодження логістичної стратегії й тактики турфірм та авіакомпаній. Логістична концепція управління авіаційними перевезеннями туристів передбачає, насамперед, системний підхід до організації переміщення пасажирів та вантажів. До логістичної схеми взаємодії авіакомпанії належать: блок організаційного та правового забезпечення (ICAO, IATA, органи державного регулювання), блок виробничого забезпечення (аеропорти, підприємства авіатехнічного сервісу, інші авіакомпанії), блок забезпечення сервісу (митниця, транспортні підприємства, страхові організації, банки) і блок забезпечення збуту авіатранспортної продукції (автоматизовані системи продажу та бронювання квитків, власна мережа продажу, продаж через туристичні фірми). Тобто логістичне співробітництво турфірм та авіакомпаній передбачає як спільну координацію авіаперевезень туристів, так і співпрацю у реалізації квитків (туристам тощо). Останній напрям досить детально висвітлено у фаховій літературі з туристичного менеджменту, зокрема, визначать такі форми взаємодії турфірм та авіакомпаній:

1) бронювання місць і викуп авіаквитків через агенції авіакомпаній;

2) бронювання місць та викуп авіаквитків через системи бронювання;

3) договір з авіакомпанією на квоту місць на регулярних авіалініях;

4) агентська угода, тобто робота в ролі агенції з продажу авіаквитків для своїх туристів (або так звана робота зі "стоками");

5) організація чартерних авіарейсів для перевезень туристів.

Стосовно логістичної системи туристичних авіаперевезень, то вона охоплює такі три ланки, як: передпольотне, польотне та післяпольотне обслуговування. Сутність передпольотного обслуговування туристів полягає, насамперед, у наданні достатньої та різноманітної інформації про можливості певної авіакомпанії, тобто туриста (або турфірму) інформують про регулярність авіарейсів з напрямків, що його цікавлять, наявність певних типів літаків в авіапарку компаній, пільги та знижки під час купівлі квитків, про послуги, які надаються на борту відповідно до класу бронювання тощо. Тобто перший блок ланки передпольотного обслуговування спрямований на те, щоб потенційний пасажир став клієнтом певної авіакомпанії. Важливе місце при цьому займає технологія продажу авіаперевезень, яку потрібно виконувати оперативно й чітко. У процесі продажу відбувається узгодження маршруту, тобто вибір найзручніших для туриста сумісних рейсів, що можуть здійснювати інші авіакомпанії, визначається клас обслуговування, аеропорт, дата та час відбуття й прибуття. Після оплати договір між пасажиром і перевізником закріплюється квитком на перевезення. Так клієнт стає пасажиром і його включають у логістичний ланцюг авіперевезення. У другій частині передпольотного обслуговування передбачено прибуття туриста та його обслуговування в аеропорту відправлення. На цьому етапі слід чітко організувати управління пасажиропотоком на шляху руху до аеропорту, під час реєстрації авіаквитків в аеропорту, а також проходження пасажирами прикордонного, митного, карантинного й інших передпольотних видів контролю та формальностей. Польотне обслуговування - прибуття клієнтів до аеропортів призначення із забезпеченням безпеки польоту, необхідного комфорту та сервісу під час подорожі. Післяпольотне обслуговування полягає в забезпеченні комфорту в аеропорту прибуття, а також наданні додаткових послуг авіакомпанією, наприклад, бронювання місць у готелі, замовлення таксі тощо.

Отже, для досягнення максимального ефекту системи загалом усі три ланки мають функціонувати узгоджено в межах єдиного логістичного ланцюга пасажирських

перевезень, що, у свою чергу, потребує узгоджених дій усіх учасників логістичної системи. Більшість ділянок логістичної системи пасажирських авіаперевезень є, за сутністю, закладами сервісу, де послуги безпосередньо пов'язані з пасажиром. Тому критерієм оцінювання рівня взаємодії всіх ланок логістичного ланцюга з обслуговування пасажиропотоку має стати надання послуг за допомогою найефективнішого способу з погляду витрат і забезпечення вимог пасажирів. Для оцінювання якості послуг доцільно використати порівняння очікувань покупця із фактично наданими авіапослугами за такими параметрами, як: надійність, безпечність, регулярність, гнучкість тарифів, відповідальність, зручність, ввічливість, борт-їжа, комунікабельність і знання іноземних мов, інформативність, додаткові послуги. Такі показники якості авіасервісу найчастіше трапляються в опитуваннях пасажирів, що здійснюють різні авіакомпанії, аби з'ясувати рівень сервісу. Мета функціонування логістичної системи обслуговування пасажиропотоку полягає в організації управління таким чином, щоб звести до мінімуму відмінності між очікуваним і фактичним рівнями якості послуг.

Нині широке проникнення логістики в сферу перевезень повітряним транспортом можливе завдяки комп'ютеризації обробки і наданню даних та автоматизації зв'язку. В цій царині провідну роль відіграють глобальні автоматизовані системи збуту (ГАСЗ) авіатранспортної продукції, наприклад, системи "Габріель", "Амадеус", "Галілео", "Сирена-2000". На сьогодні основна діяльність цих систем спрямована на включення до контрольованої ними сфери всього комплексу пов'язаних із повітряним транспортом послуг, включаючи продаж місць у готелях, прокат автомобілів, круїзи та інші туристичні подорожі, поїздки на інших видах транспорту, тобто автоматизація всіх функцій туристичних агенцій та авіакомпаній. З метою електронного продажу авіаперевезень найчастіше використовують міжнародну комп'ютерну мережу Інтернет.

Ще одним чинником, який сприяє застосуванню логістичних методів на повітряному транспорті, є глобалізація світового ринку авіаперевезень. Ще у середині 80-х років XX ст. цей ринок був поділений провідними авіакомпаніями світу. Щоб проникнути на нові ринки, авіакомпанії об'єднуються в альянси. Таким чином вони мають змогу збільшити обсяги виробництва ("економія масштабу"), замовляти великі партії устаткування та матеріалів за низькими цінами, а також спільно замовляти літаки, польоти під спільним

кодом, використовувати єдині бланки авіаквитків тощо, з'являється можливість стандартизації та раціоналізації устаткування, скорочення допоміжних служб. Прикладом міжнародного авіальянсу є об'єднання "Єдиний світ", до складу якого входять вісім авіакомпаній, а саме "Аер Лінгус" (Ірландія), "Америкен ейрлайнз" (США), "Брітіш ейрвейз" (Велика Британя), "Кесевей Пасіфік" (США), "Фінейр" (Фінляндія), "Іберія" (Іспанія), "Пен Чілі" (Чілі), "Квантас" (Австралія).

20.4. Логістика автомобільних перевезень у туризмі

Автопослуги, що використовуються в туризмі, охоплюють три основні напрями:

1) організація автобусних подорожей; 2) організація подорожей на особистому транспорті туристів; 3) прокат автомобілів.

Автобусні подорожі є порівняно "молодим" видом туризму, який виник, як масовий напрям, у 70-х роках XX ст. Перед тим його, здебільшого, застосовували в трансферах, для екскурсій та місцевих поїздок. У 1986 р. створили організацію автобусних перевізників "Рада Євроліній", яка об'єднала 33 європейські автобусні компанії. Вони стали функціонувати під однією торговою маркою, розробили спільну систему автобусного сполучення з наскрізними квитками, загальними стандартами сервісу, правилами і системою знижок. Нині "Євролінії" - провідна компанія на ринку, вона має 250 маршрутів по всій Європі, включає 35 автобусних компаній, а з 1992 р. почала працювати у Східній Європі. Підписання Шенгенської угоди дало додатковий поштовх у розвитку автобусних перевезень у Європі, оскільки спростило митні та інші формальності.

Автобусний туризм - дуже динамічний і популярний напрям туризму, обсяги якого щорічно збільшуються на 1,5 %. Європейська конференція міністрів транспорту (ЄКМТ) визначає три види автобусного туризму:

1) поїздки на рейсових автобусах; 2) поїздки на човникових автобусах; 3) спеціальні чартерні рейси.

До окремої групи належать поїздки протягом дня з різними цілями (екскурсії, човникове обслуговування аеропортів, готелів тощо) у внутрішньому туризмі. Оскільки автобусний туризм не надто дорогий, то він доступний широким верствам населення і швидко розвивається. Особливо популярні автобусні тури вихідного дня (дво-, триденні поїздки містами Європи з пізнавально-екскурсійною метою). Друге місце посідають

маршрутні тури (один - два тижні містами Європи з тими самими цілями). Важливою ознакою таких турів є їх всесезонний характер, тобто їх можна здійснювати практично протягом усього року.

Правове забезпечення міжнародного автобусного туризму регламентується двосторонніми урядовими угодами, при цьому транзит через треті країни потребує дозволу Комітету з транспорту при Європейській комісії ООН. У 1973 р. у межах Женевської конвенції прийнято Конвенцію про договір з міжнародних автомобільних перевезень пасажирів і вантажу. Подальше спрощення правил міжнародних автоперевезень зафіксовано в Гаагській декларації з туризму (1989 р.) та Шенгенській угоді для країн ЄС (1995 р.). Зокрема Шенгенська угода ґрунтується на документі "Про скасування паспортного митного контролю між низкою країн Європейського Союзу", який підписаний 14 червня 1985 р. сімома європейськими державами (Бельгією, Нідерландами, Люксембургом, Францією, Німеччиною, Португалією та Іспанією). Він набув чинності 26 березня 1995 р. Договір був підписаний у м. Шенген (Люксембург). За станом на 2007 р. Шенгенська угода діяла в 15 країнах: Австрії, Бельгії, Данії, Фінляндії, Франції, Німеччині, Ісландії, Італії, Греції, Люксембурзі, Нідерландах, Норвегії, Португалії, Іспанії та Швеції. Ще десять країн Євросоюзу з числа нових членів фактично стали членами Шенгенської угоди з 1 січня 2008 р. На референдумі, що відбувся 5 червня 2005 р., за вступ до Шенгенської зони проголосували громадяни Швейцарії. Також про своє бажання приєднатися до країн Шенгенської зони заявив Ватикан. Україна практично приєдналася до Шенгенської зони 2017 р., коли було дозволено безмитний рух українських туристів через кордони країн ЄС за наявності біометричного паспорту.

У 1992 р. в Дубліні (Ірландія) ухвалили Європейську угоду з нерегулярних міжнародних перевезень пасажирів автобусом, яка визначає документ, що має бути в кожному автобусі, - "Лист поїздки". Стосовно цього було відповідне рішення Міністерства транспорту та зв'язку України. Під час автобусних перевезень туристів використовуються і виконуються суворі вимоги безпеки. У процесі організації автобусних турів діє проєкт обмеження швидкості автобуса до 100 км/год. Це добре впливає на екологію навколишнього середовища, але знижує конкурентоспроможність автотранспорту. Такі обмеження вже чинні у більшості західноєвропейських країн, тому

українським туроператорам, які організовують автобусні тури до країн Європи, варто враховувати ці та інші вимоги. Це питання набуло підвищеної актуальності у 2023 р., коли з України почали здійснюватися автобусні тури до Болгарії, Румунії (морський відпочинок), Польщі, Словаччини (пізнавальний та оздоровчий туризм) тощо.

При цьому слід врахувати. що окрім медичної, потрібна ще транспортна страховка (страхування транспортного засобу) - так звана зелена картка. В Європі також звертають увагу на вік та технічний стан автобусів. Приміром, заборонено експлуатувати автобуси, які використовували понад 8 років, а технічний огляд передбачено кожних півроку. Ще одна обов'язкова вимога стосується обладнання всіх автобусів з кількістю місць більше дев'яти спеціальним приладом - тахографом, який показує й автоматично записує швидкість руху, пробіг, періоди роботи та відпочинку водія. Записи виконують на іменних діаграмних дисках - тахограмах, з яких видно картину робочого дня водія. Права й обов'язки компаній - перевізників щодо турфірм регламентуються такими документами, як договір про перевезення, договір про туристичне обслуговування, туристичний ваучер.

Автобусні подорожі організовуються з використанням як власного автобуса турфірми, так і орендованого. Визначити доцільність оренди автобуса можна за допомогою графічного методу, відомого в логістиці як «Задача МОВ» ("Make or Buy" англ. - "Зробити або купити") (рис. 20.4). Отже, слід порівняти вартість оренди автобуса та сумарні витрати на власний автобус турфірми (до їх складу входять постійні витрати (наприклад, адміністративні) та змінні (приміром, на пальне). Як видно із рис. 20.4, проєкція на горизонтальну вісь (т.К) точки перетину лінії вартості оренди з лінією сумарних витрат на власний транспорт (т.Т) і визначить межу доцільності оренди автобуса. Отже, загальний висновок такий: за невеликих обсягів перевезень туристів або транспортної роботи у туристо-км (тобто для невеликих турфірм), доцільніше орендувати автобус;

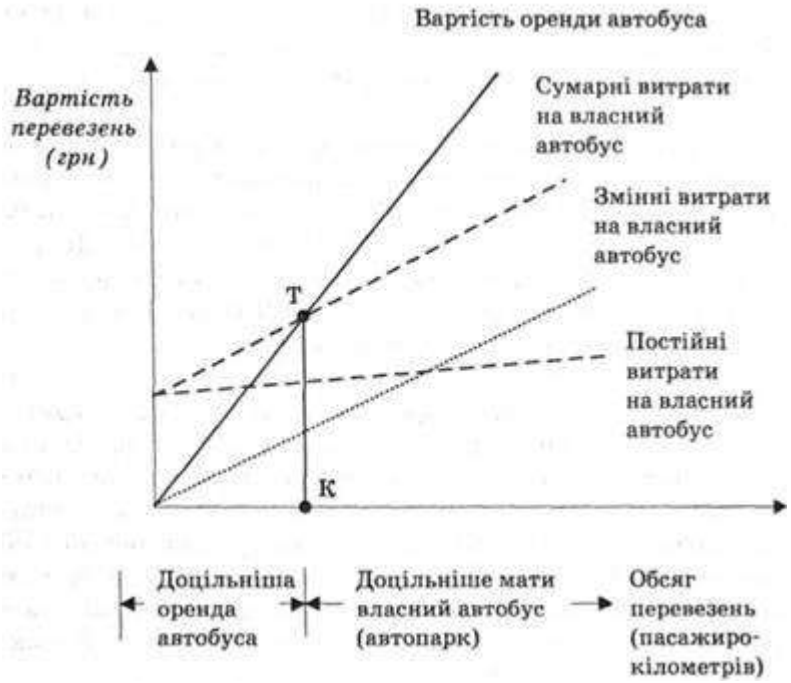


Рис. 20.4. Графічний метод визначення доцільності перевезень туристів власним автобусом турфірми чи орендованим

якщо обсяги перевезень туристів і транспортної роботи збільшуються (у великих туроператорів), тоді вигідніше мати власний автобус (автопарк).

Більшість українських турфірм нині орендують автобуси: турфірма має укласти з автотранспортним підприємством (АТП) спеціальний договір про оренду автобуса для перевезень туристів. Автобусні подорожі можуть бути частиною комбінованих, наприклад, туристи з Києва їдуть поїздом до Чопа або Варшави чи Берліна, де їх чекає автобус. Під час придбання путівок важливо з'ясувати інформацію про автобус (марка, клас, рік випуску, країна-виробник тощо). Марка автобуса не така важлива, але в Україні добре відомі туристичні автобуси "Мерседес", "Неоплан", "Сетра", "Ман", "Вольво" та ін. Працівники турфірм вважають, що вони майже нічим не відрізняються один від одного, хіба що дизайном. За роками випуску автобуси поділяють на: а) нові - до 5 років; б) середні - 5- 9 років; в) старі - понад 10 років. Це свідчить і про їх технічний стан, і про екологічну безпеку, тому старі автобуси до Європи просто не пропустять.

Автобусні тури "Україна - Європа" чітко поділяють за ціною на недорогі, середні та дорогі. При цьому вартість туру залежить від таких чинників, як: тривалість; спосіб доставки в Європу або за кордон; категорія готелю; кількість екскурсійних програм; кількість нічних переїздів.

Середній за ціною автобусний тур передбачає збільшення тривалості поїздки, поліпшення класу готелю, розширення екскурсійної програми. Такі, на перший погляд, невеликі зміни одразу істотно підвищують комфортність поїздки. Дорогий тур дотримується залежності "ціна - якість". Наприклад, у рекламі повідомляють про таку програму поїздки тривалістю 10 діб і вартістю 1000 євро: Відень - Мюнхен - Ліон - Париж - Брюссель - Амстердам - Берлін - Варшава. Враховуючи обмеження швидкості руху автобусів на європейських дорогах 80 км для автобанів та 60 км для інших доріг, до Відня з Києва можна доїхати за 28-32 годин, а на повернення з круїзу потрібна ще одна доба. Залишається вісім днів на вісім міст. Таким чином екскурсійна програма зводиться до мінімуму, а вільного часу майже не залишається. Отже, у туриста виникає дилема: чи спати в автобусі за 500 євро, чи в готелі за 1000 євро.

Логістична організація подорожей власним транспортом туристів має враховувати особливість, що загалом автотуристи - люди заможні та самостійні, які значну частину подорожей на автомобілях здійснюють у межах самодіяльного туризму. Маючи власне авто, турист вільний щодо вибору напрямку та маршруту переміщення, доступу до туристичних об'єктів, однак і при цьому залишається робота для турфірм, які займаються логістичною організацією автотуризму. Зокрема, стосовно закордонних туристичних маршрутів це: а) детальна розробка маршруту з урахуванням побажань клієнтів; б) інформаційне забезпечення мапами та путівниками; в) рекомендації з оперативного планування маршруту подорожі; г) оформлення віз, особливо транзитних, якщо маршрут проходить через декілька країн; д) бронювання розміщення в готелях, мотелях і котеджах; е) бронювання екскурсійного обслуговування; є) замовлення місць на поромах; ж) вибір страхової компанії; з) дистанційне супроводження та контроль проходження маршруту; і) за потреби - організація надання допомоги.

За кордоном надзвичайно популярні трансконтинентальні тури. Наприклад, американська фірма "Едвенчер тур" спеціалізується на складних турах на зразок "Гранд сафарі" тривалістю 12-20 тижнів. Це туристичні подорожі на позашляховиках через декілька екзотичних країн. Пропонується декілька різних турів через континент Південної Америки, Африки та країнами Азії. До складу груп, як правило, входять 15-20 туристів, 2 досвідчених провідника, за потреби - охорона. Рухаються вони на двох - трьох напіввідкритих машинах унікальними природними місцями, заповідниками,

відвідують труднодоступні об'єкти в джунглях, пустелях. Ночівлі організовуються на природі. Експедиція везе запас продовольства, похідне та мисливське спорядження, намети, радіостанцію. Такі тури замовляють за рік, депозит становить 500 дол. США, а учасників відбирають за віком і здоров'ям. Подібний характер також мають "Гранд Тур" (Лондон - Південна Африка) та ін.

Особливий вид подорожі автомобілем - організація в турі прокату авто після прибуття туриста до місця призначення. Прокат автомашини нині належить до стандартних послуг туристичної фірми. Цю послугу під назвою Рент-е-Кар започаткував Джон Герц у СШЛ (Чикаго) в 1918 р. Сутність послуги полягала у задоволенні потреби людини користуватися автомобілем в іншій місцевості. Автомобіль надають напрокат (у тимчасове користування) відвідувачу (гостеві, подорожуючому) на короткий час (день, тиждень, місяць), протягом якого мандрівник перебуває в певній місцевості. Найбільш розвинуті послуги з прокату легкових авто. Ця послуга нині посідає важливе місце в сукупному туристичному продукті; вона розраховується, насамперед, на туристів-індивідуалів, оскільки туристи, що рухаються в складі групи, як правило, користуються автобусами для трансферу або екскурсійних програм. Послуга Рент-е-Кар передбачає надання подорожуючому на термін його візиту індивідуального транспортного засобу з водієм або для самостійного керування. Автівки напрокат найчастіше беруть особи, чиє життя пов'язане з активним пересуванням. Прибувши з іншої місцевості (країни) за допомогою засобу далекого перевезення, турист отримує авто напрокат. Цей важливий факт визначає місце надання такої послуги (авто) - пункт прибуття клієнта, а також є одним із основних положень прокатного бізнесу. Саме тому прокатні агенції та станції розміщуються найчастіше в аеропортах, на залізничних вокзалах, морських та річкових терміналах. Наприклад, із 1400 станцій фірми "Герц" у США 500 розташовані в аеропортах, а самі офіси обслуговування - в залах прибуття пасажирів. Термінал Бориспіль (Київ) не є винятком. Послуга прокату автомобілів передбачає розвинуту систему резервування транспорту: як правило, клієнт замовляє цей прокат попередньо, а після прибуття агент зустрічає туриста і передає йому ключі від машини. Послуга прокату автівок охоплює множину компонентів: а) систему автоматизованого бронювання; б) службу утримання та технічного обслуговування численного парку авто; в) організації прокатних станцій та агенцій обслуговування

клієнтів; г) службу технічної допомоги; д) систему страхування клієнтів, автомобілів та автогромадянської відповідальності. Клієнти прокатної системи одержують величезний супутній сервіс, наприклад, всю потрібну дорожню та туристичну інформацію, системи навігації руху тощо.

Нині система автопрокату - невід'ємна складова туристичних послуг у кожній туристичній дестинації світу. Ця послуга є звичайним додатковим сервісом туроператорів та турагенцій, які укладають договори з відповідною прокатною компанією на умовах винагороди агента. Замовлення здійснюються на етапі формування туру та резервування послуг у турагенції, однак частина туристів звертаються у прокатні фірми самостійно в місці відпочинку. Нині в кожному туристичному каталозі, крім власне характеристики туру та його вартості, наводяться відомості про послуги автопрокату. Найбільший попит такі послуги мають у туристів-індивідуалів, родин, невеликих груп. Це стосується передусім відомих курортів США, Італії, Іспанії, Туреччини, Кіпру, Канарських островів. Напрокат можна взяти легкові автомашини різноманітних розмірів і марок, каравани, причепи та кемпери, міні-автобуси, туристичні автобуси, вантажівки. Компанії, що здійснюють прокат автомобілів, є одними з найбільших транснаціональних корпорацій: "Герц" (США), "Евіс" (Швеція), "Єврокар" (Німеччина), "Баджіт", "Сріфті", "Енсе", "Сікст" та ін.

20.5. Логістика залізничних подорожей

Залізниця - дуже зручний вид транспорту для будь-якої категорії туристів (індивідуали, великі чи малі туристичні групи на рейсових регулярних лініях та чартерних поїздках, спеціальні туристично-екскурсійні потяги місцевого та далекого сполучення). Історично залізниці брали активну участь у розвитку туризму. Але нині конкуренцію їм на короткі відстані склали автомобільні перевезення. Залізничні подорожі в туризмі включають перевезення туристів: 1) регулярними потягами; 2) спеціальними туристичними поїздами.

Перший напрям має такі особливості, що подорожуючі отримують права звичайних пасажирів; квитки оформляються на типових бланках (окрім приміських); купивши квиток, турист має виконувати правила перевезення пасажирів та багажу. Другий напрям передбачає підвищений комфорт ("готель на колесах"), до нього належать такі поїздки: а) одноденні (туристи сидять за столиками вагона-ресторана, на станціях -

екскурсії, пікніки); б) короткі (2-3 доби, подорожуючі проживають у купе, вночі сплять, удень - екскурсії); в) довгі (понад п'ять діб - із короткими "зеленими" зупинками - лісі, в горах, на березі моря чи озера). Прикладом "п'ятизіркового готелю на колесах" є так званий "Синій потяг" у Південній Африці, траса руху якого з'єднує столицю ПАР - Преторію з портом Кейптаун на півдні та має довжину 1600 км. Це одна з популярних розваг серед заможних туристів Південної Африки. Інтер'єри вагонів вражають розкішшю: купе обставлені коштовними меблями, оздоблені гобеленами, позолотою та різьбленням по дереву. Добова поїздка в такому потязі-готелі, до складу якого входять 18 вагонів, коштує майже 3 тис. дол. США. Ще один приклад - Велика Британія, де функціонує туристичний поїзд "Роял Скотсмен" (англ. - Королівський шотландець) трасою "Лондон - Глазго - Лондон". Розрахований він лише на 32 туристи, при цьому обслуговуючий персонал становить 16 осіб. У кожному купе є душ і великі ванни з гарячою водою. Коли подають вечерю, потяг зупиняється. Вартість "туру" в такому потязі - 1400 дол. США за три дні або 5900 дол. США за п'ять днів. У цю ціну включено все. Потяг зупиняється в містечку Порт Меріон, в якому знімали багато серіалів.

До інтенсивного розвитку автомобільного та повітряного транспорту залізниця була одним із головних способів руху туристів. Однак спорудження швидкісних залізничних магістралей повернуло залізниці конкурентоспроможність. Нині в межах основних європейських країн (Італії, Франції, Іспанії, Німеччині, Великої Британії) подорожі між столицями та туристичними центрами зручніше здійснювати потягом, ніж автобусам чи літаком. Наприклад, поїздка з Мілана до Риму займе дві години зі швидкістю потягу понад 200 км/год.

Найвища ефективність пересування швидкісними потягами спостерігається під час подорожей на відстані до 500- 600 км. У цьому випадку швидкісні залізничні магістралі дають змогу подолати маршрут за 2-3 години, що досить зручно для подорожуючого. До того ж потяги звичайно прибувають на вокзали, що традиційно розміщуються в центрах великих міст і столиць, що мінімізує трансфер та забезпечує переваги порівняно з авіацією. Якщо відстані перевезень становлять менше 500 км, ефективніше використовувати автомобільний транспорт, а понад 1000 км - повітряні перевезення (див. рис. 20.3). Подорожі залізницею перетворилися на своєрідний спорт для окремих ентузіастів. Так, американець Джон Беліндже став найактивнішим залізничним

мандрівником, проїхавши 76 500 миль обома американськими континентами. Його співвітчизник Дж. Бренді за один календарний рік відвідав 498 станцій, здійснивши подорож довжиною 21 500 миль. Окрім власне основного призначення - перевезення туристів, залізницю активно застосовують з розважальною метою (про це йшлося вище).

Нині технічний прогрес створив усі умови для організації швидкісного залізничного руху між великими туристичними та адміністративними центрами. Його широко використовують у практиці організації масових перевезень туристів та звичайних пасажирів у розвинутих країнах (Японія, "старі" члени ЄС, США). Першою країною, яка спорудила швидкісні залізниці, була Японія, де запущено перший супершвидкісний потяг "Bullet Train" (англ. потяг - куля) у 1964 р. Він курсував на швидкісній лінії "Шінкансен", що з'єднала Токіо, Осаку, Окіяму та мала протяжність 775 км. Нині тут курсує новий потяг "Хікарі", швидкість руху якого досягає 300 км/год. В Європі швидкісні залізниці запровадили на десять років пізніше, коли запустили "ІнтерСітіЕкспрес" - швидкісний потяг-експрес, що з'єднує столиці та великі міста європейських країн. У 1997 р. після модернізації його швидкість збільшилася до 360 км/год. Швидкісні залізниці діють також у Франції - потяг "TGV" (Train a Grande Vitesse), що об'єднує Париж із Марселем (4 години), Ліоном (2), Нантом (2), Бордо (3 годин); в Італії - швидкісна залізниця "Пендоліно" (Мілан - Рим - 4 години); в Іспанії - AVE (Alta Velocidas Esnagna) на трасі Мадрид - Севілья (500 км за 2 год 15 хв.).

Залізниця нині активно використовується в туризмі, так, в Японії нині набуває популярності туристичний маршрут, під час якого клієнти подорожують потягом островом Кюсю (особливість такої поїздки полягає у тому, що туристам пропонуються люксові вагони, яких всього 7, при цьому в кожному вагоні є два купе з 1-2 кімнатами з окремими вбиральнями). Цей потяг-готель під назвою «Сім зірок Кюсю» їздить кільцевим маршрутом, об’їжджаючи всі пам’ятки японського острова, де туристам проводяться екскурсії; вартість 4-денної поїздки – від $ 5 400 за особу. Ще один приклад, як не дивно, належить Північній Кореї – туристично закритій країні, де нещодавно вперше відкрили тур для іноземних туристів, і це – залізничний тур, розрахований на 11 днів. Раніше іноземці могли відвідувати лише столицю Пхеньян, а нині можуть побачити і решту країни, при цьому вартість такої подорожі – € 3 тис. (з проживанням у готелях та харчуванням, а також перелітом з Пекіну до Пхеньяну та назад). Туристів

возить « вінтажний» потяг з 1970-х рр. з вагоном-рестораном. До туристів приставляють двох гідів, які слідкують за їхнім пересуванням; при цьому показують «дозволені» місця суворо за програмою: музеї, міжнародну виставку дружби з презентацією подарунків лідерам КНДР Ким Ір Сену та Ким Чен Іру від різних іноземних делегацій, буддійський храм, дитячий садок, продовольчий та пивний заводи, «райський універмаг» (на кшталт «Каштану» в Києві за радянських часів), де продаються імпортні товари за валюту для іноземних туристів, та бар «Клуб моряка». Туристів також возять до водоспадів, озер, а на прощальній вечері пригощають качкою. Такі тури організує пекінська компанія Koryo Tours, і за словами директора компанії, за рік вони можуть продати 2,5 тис. турів для західних туристів.

Серед найпопулярніших трансконтинентальних залізничних маршрутів - легендарний "Східний експрес" трасою Лондон - Париж - Афіни - Стамбул. Своєю появою цей потяг зобов'язаний бельгійському інженеру та фінансисту Джорджу Ногельмакеру, який у США побачив спальні вагони, запропоновані Дж.Пульманом. Ногельмакер створив Міжнародну компанію спальних вагонів у Європі, основним маршрутом якої і став «Східний експрес». Уперше він був запущений у 1883 р., тоді поїздка з Парижа до Стамбулу тривала 81 год 40 хв., а назад - 77 год 49 хв. На початку XX ст. до впровадження регулярних повітряних перевезень це був найшвидший, найелегантніший та найкомфортабельніший спосіб сполучення. Але у першу поїздку пасажирам рекомендували брати з собою зброю, а жінкам – спати в одязі, оскільки шлях був загадковим, більша частина його проходила горами. Але всі побоювання виявились марними: за три доби, 9 годин та 40 хв. потяг, жодного разу не порушивши графік руку, успішно прибув до Стамбулу. Вже через 5 років цей експрес долав 3 тис. км відстані за 67 год., а потім час в дорозі скоротився ще на 5 год. При цьому середня швидкість руху як для того часу була «шаленою» - 50 км/год. Це був не просто нічний потяг з рестораном, а справжній 5-зірковий (за сучасними мірками) гранд-готель на колесах. В ресторані сервували страви з осетрини, фазана та інші делікатеси. Стіни купе були оздоблені цінними сортами дерева з інкрустацією, штори і фіранки були з генуезького оксамиту, люстри - з кришталю. Вагон-ресторан був розрахований на 24 персони та оформлений в стилі салонів часів Людовика XV. На стінах висіли акварелі Делакруа, інших класиків світового малярства, до послуг читаючої публіки була бібліотека. Серед

пасажирів «Східного експресу» були королі, аферисти, шпигуни високого класу та найкрасивіші жінки світу. Не раз прикрашала своєю присутністю салони цього потягу танцівниця-авантюристка Мата Харі. Усе в потязі було зроблено з урахуванням усіх побажань клієнтів, у тому числі збереження інкогніто. «Східний експрес» неодноразово фігурував у літературних творах відомих письменників ХХ ст.: йому присвятив один із своїх романів англійський письменник Грем Грін; Іен Флемінг в одному із своїх творів відправив супершпигуна Джеймса Бонда з Стамбула; Альфред Хічкок поставив фільм «Жінка, яка зникла», дія якого відбувалася в експресі; а королева детективу Агата Крісті написала роман «Вбивство у «Східному експресі», де використала власні враження від поїздки цим суперпотягом (1931 р. вона поверталась із Стамбула до Англії та листі до чоловіка детально описала, як потяг зупинився через сильну заметіль, цей епізод вона включила в роман – потяг зупинився через сніжний занос, що сплутало плани вбивць). Під час Першої світової війни «Східний експрес» поміняв назву на «Балкан Цуг» та зв'язував Берлін з Софією та Стамбулом; у розпал Другої світової війни з'явився псевдо-«Східний експрес», що використовувався керівництвом Третього рейху. 1947 р. попередній маршрут був відновлений, але шлях його проходив територією держав, що належали до різних політичних систем, через що виникали постійні затримки. Так, журналіст «Нью-Йорк Таймс», який був пасажиром легендарного експресу, писав: На кордонах соцкраїн пасажирів замість посмішок зустрічали насторожені погляди митників, які заглядали під сидіння, відкручували панелі в стелі у пошуках контрабанди. Проходи купе були забиті коробками з телевізорами, пральними машинами, які везли до дому люди, які попрацювали за кордоном. 1977 р. вагони «Східного експресу» викупив британський бізнесмен Джеймс Шервуд і легендарний суперпотяг пережив друге народження. Нині це суперрозкішний потяг, у якому вишуканість початку ХХ ст. з'єднана з передовими технологіями ХХІ ст. Повністю відреставровано старі вагони з збереженням простору та вантажного стилю. У потязі заборонено носити джинси, а на вечерю пасажири йдуть лише з дотриманням суворого дрес-коду: в смокінгах та вечірніх сукнях; їм пропонують вишукану кухню, комфортабельні великі купе, вишколений персонал. Отже, сучасна подорож у "Східному експресі", як і 100 років тому, - не стільки спосіб дібратися з однієї географічної точки в іншу, скільки незабутні враження як від

власне потягу, так і від краєвидів. За маршрутом Париж – Стамбул «Східний експрес» ходить всього раз на рік, тому туристам треба займати чергу завчасно.

Швидкісні потяги в останні 10 років розвиваються і в Україні. Нині такі траси, на яких використовуються потяги «Хюндай», з'єднують Київ зі Львовом, Харковом, Дніпро, Одесою, польським Перемишлем. Спеціальний туристичний потяг у старовинному стилі (із паровозом) недавно запровадив його приватний власник у Карпатах («Карпатський трамвай»).

Організаційне оформлення залізничних подорожей спеціальним туристичним поїздом передбачає підписання договору між турфірмою та відповідною залізницею. Призначення поїздів відбувається після укладення угоди й оплати (за 20 днів до відправлення). При цьому турпоїзду надається назва (як правило, за початковим пунктом відправлення), яка зберігається на всьому шляху руху. Не пізніше, ніж за шість годин до відправлення поїзда, спеціальна комісія має перевірити готовність потягу до рейсу, про що складається акт. У вагонах турпоїзду має бути вся необхідна інформація для туристів.

Необхідним складником залізничної подорожі є харчування туристів у вагоні-ресторані. Перші вагони-ресторани з’явились в США в кінці XIX ст. Їх виробляла вагонобудівна компанія «Пульман», яку очолював промисловець Джордж Пульман. Ресторани на колесах, як і спальні вагони, вражали своєю розкішшю та вишуканістю інтер’єру: дорогими меблями з драпіровкою, стінами та стелею з різними візерунками, кришталевим посудом та бездоганним сервуванням столів. Не поступалася і сама кухня: пані і панове куштували найпопулярніші страви, що подавалися на той час в американських ресторанах: печеня з м’яса лангуста, яйця під голандським соусом і трюфелями, вишуканий десерт з морозива на бісквітній основі, що був покритий яєчними білками та підрум’янений у духовці. Фірмові «пульманівські» вагони-ресторани отримав і потяг, що з’єднував Чикаго та Новий Орлеан (запустили 1900 р.). Під час цієї поїздки пасажири могли куштувати справжній «королівський обід», що включав омарів і лобстерів. Такий обід вартував 10$, а, для прикладу, фотоапарат, який тоді теж вважався розкішшю, можна було придбати за 1$. Нині *американські* вагони-ресторани хоч і продовжують використовуватися на залізницях США, але вже не мають минулої розкоші. Наприклад, у подорожі потягом з Каліфорнії до штату Юта пасажири

у вагоні-ресторані можуть насолоджуватися прекрасними видами, оскільки вагон має великі вікна та частину прозорого даху, та спілкуватися за обіднім столом з незнайомцями. Пропонують тут бургери з чіпсами і салатом, смаженою куркою з картопляним пюре або біфштексом. Подорожуючи потягом у Європі пасажири теж не залишаються голодними. Правда, розраховувати на особливі витрибеньки відвідувачам європейських вагонів-ресторанів теж не доводиться. Для прикладу, в *австрійських* потягах в меню запропонують варені сосиски з хлібом, сендвіч з буженіною, гарбузовий суп, гуляш, вегетаріанське карі з овочів, курка по-індійські з рисом, копчений лосось з хлібом, смажену курячу грудку з салатом-латуком. В австрійських вагонах-ресторанах завжди чисто, а в інтер'єрі переважає пластик та мінімалізм. Швидко та практично нагодують німецькі вагони-ресторани, які є тільки у потягах далекого сполучення: спагетті-болоньєзе, чілі кон карне, морквяний суп, бельгійські вафлі. Запити трапезу можна кавою, пивом або бокалом вина. Дорожче і різноманітніше нагодують пасажирів в *британських* потягах: тут запропонують пасту з томатом і базиліком, курячу грудку з грибами та рисом, макарони з сиром, копчену качку з салатом, рибний пиріг, декілька видів чаю. Але пообідати або повечеряти в британських вагонах-ресторанах зможуть не всі пасажири. Леді і джентльмени, що мають сидячі місця, можуть відвідати лише міні-бар. Доступа у вагон-лаунж з рестораном вони не мають – це все тільки для віп-персон. У *швейцарських* вагонах-ресторанах над меню для пасажирів ворожить ціла команда кухарів, метою яких є познайомити туристів з традиційною швейцарською кухнею. Правда, за одну страву пасажиру доведеться добряче витратитися: так, рагу по-цюріхські обійдеться у 800 грн., а лапша з соусом болоньєзе – майже 500 грн. У *Японії* споживати під час поїздки потягом, як правило, прийнято традиційні «екібенто» - комплект харчування, що являє собою коробку з м'ясом (курка, риба або свинина), гарніром (рис), салатом і соусом. Деякі продуктові коробки з самопідігрівом. Коштує такий обід від 1000 йен (250 грн). Придбати такий обід чи вечерю можна на станції чи у самому потязі. Правда, вибір страв у меню не завжди великий.

20.6. Логістичне забезпечення морських круїзів

Водні (теплохідні) подорожі або круїзи передбачають туристичну поїздку морем або річкою із заходом у порти на борту спеціального пасажирського судна. Базова вартість круїзу включає: проїзд на судні, проживання в каюті відповідного класу,

триразове харчування, розваги. Круїзи - один із най-динамічніших секторів світового туристичного ринку (6 % річний приріст за кількістю туристів), вони популярні й у внутрішньому туризмі. Круїзи стали першою «жертвою» Ковіду, але нині вони швидко відновлюються. Круїзи поділяються на морські та річкові. Серед морських круїзів, своєю чергою, розрізняють: а) європейський тип (морська подорож із заходом у порти); б) американський тип (морська подорож із можливістю позасмагати на пляжі); в) так званий «круїз у нікуди» (1-2-добова подорож без заходу в порти).

Ідея відпочинку на воді та в морських подорожах була відома ще з часів давніх римлян і греків. Круїзи активізувалися в середині XIX ст. в епоху становлення туризму. Круїзний відпочинок було започатковано в Англії, де в 1835 р. здійснювали регулярні прогулянкові рейси між Британією та Ірландією. В подальшому такі рейси організували спеціалізовані круїзні компанії, в тому числі, в басейні Середземного моря. Засновник туристичної галузі Т. Кук здійснив усі види морських подорожей, у тому числі, один із найпопулярніших - із Великої Британії до Чорного моря. Але повністю круїзна справа розвинулась лише в 70-х роках XX ст. Саме тоді в США була реалізована ідея круїзних подорожей, дуже принадних і насичених розвагами. Організація морських круїзів швидко перетворилася на дуже прибутковий бізнес. Це відбулося завдяки новій концепції круїзної подорожі, яку запропонував головний маркетолог круїзної фірми "Карнівел" Б. Дікенсон. Вона передбачала як високий рівень сервісу та безліч різноманітних розваг на борту судна, так і нову (логістичну) технологію портового обслуговування, спеціальні портові термінали з високою пропускною здатністю, ефективні методи наземного обслуговування великих потоків круїзних туристів.

Сформувалися основні положення організації круїзних маршрутів з їхнім поділом на: а) кільцеві в певному басейні з заходом до 8- 10 портів різних прибережних країн та відомих морських курортів (Середземноморський круїз); б) на зразок "оупен джо", наприклад, навколо Європи чи Скандинавії; в) короткочасні виходи в море на два - три дні (приміром, для організації грального бізнесу, який заборонений на березі в певних країнах - Ізраїль, Туреччина тощо); г) прибережні морські екскурсії та прогулянкові рейси; д) тривалі маршрути та навколосвітні подорожі терміном до півроку.

За географічними особливостями активного круїзного туризму визначають: басейн Мексиканської затоки та Карибського моря; басейн Середземного моря; круїзи навколо

Скандинавії та Європи; круїзи в Балтійському та Чорному морях; тривалі круїзи з Північної Америки навколо мису Доброї Надії до Індійського океану і далі в Індонезію та Австралію; круїзи в Океанію; круїзи в районах Австралії та Антарктиди.

Круїзним бізнесом займаються великі міжнародно відомі компанії, у власності яких перебувають 12-14-ти палубні "плаваючі міста", що вміщують 2-3 тис. пасажирів. Першим у світі таким круїзним лайнером стала "Квін Мері" (англ. Королева Мері), спущена на воду в 1934 р. в Англії. Вона тривалий час була найшвидшим і найкомфортабельнішим лайнером на маршруті між Старим і Новим Світами. Її гідним спадкоємцем стала "Квін Мері-2", побудована в 2004 р. у Франції, яка одразу стала рекордсменом у декількох категоріях: найбільший за висотою і довжиною та найдорожчий у світі лайнер. Висота його становить 72 м (23-поверховий будинок), довжина - 345 м, у 1200 каютах можуть розміститися 2600 пасажирів. На борту лайнера є планетарій, величезна бальна зала, декілька кінотеатрів, басейнів для плавання, тенісний корт, поле для гольфа. Склад команди судна становить 1250 осіб. Мінімальна ціна квитка на першу подорож (корабель, як і сумно відомий "Титанік", вийшов із британського порту Саутгемптон і прямував в американський Форт-Лодердейл у Флориді) становила 1300 євро (місце в каюті площею 19 кв. м), а максимальна перевищувала 30 тис. євро (за каюту класу "люкс" площею 455 кв. м.). Розрахунковий час подорожі - 15 діб. У 2007 р. на німецьких верфях спорудили найбільший в Європі лайнер "Норвезька перлина", який ненабагато поступився "Квін Мері-2". Його довжина досягла 294 м, а на своїх 15 палубах він зміг вмістити 2400 пасажирів та 1200 членів екіпажу. До послуг відпочиваючих - 11 барів, 12 ресторанів, внутрішні парки та сади, дитячі садки, фітнес-центр, 6 джакузі, 12 ліфтів та 1197 кают.

Водночас нині за кількістю пасажирів перше місце в світі посідає лайнер "Свобода морів" (англ. "Freedom of the Seas"), побудований у Фінляндії на замовлення норвезько-американської круїзної компанії "Роял Каррібіан інтернешнл". Порівняльну характеристику двох найбільших круїзних лайнерів світу наведено в табл.20.5.

Таблиця 20.5. Показники круїзних лайнерів "Свобода морів" і "Квін Мері-2"

"Свобода морів"	Показник	"Квін Мері-2"
339	Довжина (м)	435
72	Висота (м)	70
56	Ширина (м)	41

160	Водотоннажність (тис. т)	151
21,6	Швидкість (вузли)	30
4375	Максимальна кількість пасажирів (осіб)	2620
1360	Екіпаж (осіб)	1253

Серед найбільших круїзних компаній світу - корпорації "Карнівел" (США), "Роял Каррібіан" (Норвегія - США) та "Сіборн" (США). До складу "Карнівел Корп" входять декілька круїзних компаній, які володіють майже 40 круїзними лайнерами, а загалом ця корпорація пропонує 20 тис. місць на круїзних суднах. Незначно відстає "Роял Каррібіан круз лайн", яка має 19 тис. місць на круїзних лайнерах, що обслуговують 550 маршрутів. До її флоту належать дев'ять унікальних круїзних суден вищого класу (у т.ч. "Свобода морів"). Корпорація у своїй власності має навіть острів Коко Дей у Карибському морі, призначений виключно для учасників круїзних маршрутів. Щорічно "Роял Каррібіан Круз Лайн" обслуговує понад 0,5 млн туристів. Круїзна компанія "Сіборн круз лайн" спеціалізується на елітних морських подорожах до всіх частин світу тривалістю до 120 діб і вартістю майже 30 тис. дол. США. Під час круїзів відвідують сафарі, здійснюють туристичні поїздки вглиб країн на декілька діб.

Основними споживачами круїзів є американці, причому найбільший обсяг круїзів припадає на Карибський (55 %) та Середземноморський басейни (10 %). Окремо виділяються екзотичні арктичні та антарктичні круїзи. Із великих портових центрів, де розвинута круїзна справа, виділяються Майямі (США), Генуя (Італія), Ванкувер (Канада), Сінгапур. З останнім змагаються в Індійському океані ОАЕ, де споруджено новий порт із глибоководною гаванню. Якщо 1993 р. у Дубай прибув один круїзний лайнер, то в 2019 р. кількість заходів становила 340 (100 тис. пасажирів). Дубай включено в програму гранд-турів і він швидко став популярним круїзним центром. Популярними є круїзні маршрути в Тихому океані (Гавайські острови, Французька Полінезія), а також в Арктику або Антарктику (навіть зараз).

Останній на сьогодні найбільший круїзний лайнер «Симфонія морів» був зданий до експлуатації 2018 р. Він належить компанії Royal Caribbean (США). Цей рекордсмен круїзного туризму має довжину 362 м, ширину 66 м (ширший за вул.Хрещатик), висоту 72,5 м (як будинок 25 поверхів). Влітку лайнер повіз своїх перших пасажирів по Середземному морю, а взимку перебрався до Карибського. Лайнер розрахований на 10 тис. туристів одночасно, при цьому на одного співробітника на борту припадає три

гостя. На самих верхніх палубах знаходяться басейни, джакузі, спортивні майданчики, бігова доріжка вздовж всього судна, фітнес-центр, поле для міні-гольфа, скалодром, каток і серф-стимулятор. Також на лайнері є ресторани, бари, театр, диско-клуб, казино, бібліотека, салон краси, СПА-центр, сайна і навіть каплиця. Для дітей передбачено власний басейн, зала ігрових автоматів, дитяча кімната і підлітковий клуб. Отже, такий лайнер – це справжнє плавуче місто, а капітан лайнера – як мер цього «міста». Управління таким лайнером передбачає існування трьох окремих департаментів, у кожного з яких є голова – офіцер з персоналу на палубах, керівник інженерної служби і готельний директор. У кожного з них є своя команда, яка поділяється на відділи. Отже, структура управління круїзним лайнером являє собою ніби піраміду, на вершині якої стоїть капітан. Будівництво «Симфонії морів» здійснювалось протягом 2,5 роки, у ході якого була впроваджена множина просунутих, високпродуктивних систем, відсутніх на інших лайнерах. Так, запроваджено систему повітряного змащування, яка допомагає лайнеру буквально летіти повітряними пухирцями; новітню систему силіконової фарби, яка робить лайнер слизьким та гладким; новітній дизайн пропелерів – усе це (дизайн та структура усього лайнера) сприяє максимально легкому ковзанню лайнера по воді, а це забезпечує більш економну витрату енергії. Ще на лайнері є генератор пари, який використовується для виробництва електроенергії тощо. Ці та інші системи забезпечують те, що «Симфонія морів» є на чверть ефективніша та економніша у порівнянні з іншими лайнерами. Серед досягнень лайнера – найдосконаліші системи безпеки, які продумані настільки, що у довільній ситуації, яку тільки можна собі уявити, лайнер є максимально захищений. Ціна тижневого круїзу з включеним трьохразовим харчуванням, шоу, басейнами, напоями (крім алкоголю) стартує від $ 1300 з людини за каюту без вікна, $ 1600 за вид з вікна, $ 2400 – за Royal с'ют. Додатково треба оплатити переліт до місця посадки (Барселона). Станом на 2018 р. в команді лайнера працювало багато українців – на посадах другого механіка, офіціантів і навіть шеф-кухаря одного з ресторанів тощо. Один з них поділився враженнями про лайнер: це величезне місто, де є навіть сад; застосовано багато новітніх технологій; судно величезне, але легко маневрує в порті (за рахунок того що на днищі розташовані три азіпода (двигуна) та болтрастери (двигуни, що штовхають корабель у бік). За рахунок цього у порту для величезного лайнера не потрібні буксири: він сам підходить до берега, сам швартується,

сам відходить. Як і всі пасажирські судна, лайнер оснащений стабілізаторами, які виглядають, як великі висувні крила: залежно від нахилу ці стабілізатори видавлюють судно і піднімають його у протилежний бік. Ще одне досягнення: «Симфонія морів» сама виробляє прісну воду, але це можна робити тільки на ходу, коли корабель знаходиться далеко від берега, де вода не забруднена, не має домішок та імовірності викидів з берега. Працюють два типи установок, що виробляють воду: у першому є випаровувачі, де морська вода випаровується, сіль відділяється від води; чиста вода накопичується в танках, проходить фільтрацію та мінералізацію, на фінальному етапі здійснюється аналіз води та перевірка її кислотності. Другий тип передбачає вичавлювання морської води через спеціальні фільтри, які виділяють тільки чисті молекули води; ця чиста вода теж іде в танки, де додатково очищається через мінералізатори, та додаткові фільтри очистки – пісок, вугілля. Лайнер також оснащений унікальною системою очистки стоків: вся вода, яка збирається з душових, камбуза, з пральні, туалетів, спрямовується до накопичувальних танків, а далі -ситсема очистки, яка передбачає механічну фільтрацію (збирається весь пластик та спалюється в інсинераторі), далі – біологічну очистку (де «працюють» бактерії, що «з'їдають» всі відходи; вода з їхніми продуктами життєдіяльності проходить через систему водоспадів, куди вприскуються полімери з метою зліплення відходів у гранули, які збираються щітками в окремий танк; потім ця вода проходить через систему дрібної фільтрації та кварцевих ламп). Вода на виході буде чистою та прозорою, але може бути певний запах. Саме таку воду лайнер викидає в море, але лише подалі від берегів, та на швидкості не менше 6 миль на год. (11 км/год.).



Рис.20.5. Круїзний лайнер «Симфонія морів»

Отже, в порту за борт лайнера нічого не викидається. У шеф-кухаря «Симфонії морів» в підпорядкуванні не тільки люди, так у біонічному барі коктейлі готує і подає робот. А всього працює 65 офіціантів в залі та 60 на кухні. Персонал – багатонаціональний, кухарі – 45 національностей, тому ми аналізуємо список гостей і дізнаємося з якої країни більшість і готуємо відповідні страви. У нас є план з закупівлі харчів, але ми закладаємо ще додатковий запас на два дні. Отже, на тиждень для лайнера, на якому 10 тис. гостей і понад 3 тис. персоналу береться на борт 350 тон харчів. Гордістю лайнера є ресторан Wonderland, меню якого складалося понад три роки. Отже, у цьому ресторані ті страви, які бачать туристи, можуть бути на смак зовсім іншими, ніж вони очікують. Круїзний директор Royal Caribbean пояснює, що компанія дружньо ставиться як до родин з дітьми, так і до компаній дорослих гостей. Спланувати свою розважальну програму та вечері туристам краще до посадки на лайнер, оскільки кількість місць у залах обмежена. Серед розваг – вистави у головному театрі, на льодовій арені, аквашоу. При цьому акватеатр існує тільки на лайнерах Royal Caribbean і тільки суден цього класу. Також пропонується бродвейське шоу Hairspray, яке є яскравішим і кращим, ніж на Бродвеї. «Симфонія морів» має найбільший аквапарк з круїзних лайнерів, чотири басейни, включаючи зону тільки для дорослих, 10 джакузі з видом на океан, величезну водяну гірку заввишки 10 палуб, аналогів якої у світі не існує. Є СПА, шопінг і казино, отже, нудно не буде.

Судна для круїзів орендуються за спеціальним договором - фрахт-контрактом, що підписує турфірма та пароплавство. Деякі судноплавники пропонували"бербоут-чартер" - тривалу оренду та експлуатацію судна. Круїзні тури надавали досить багато українських турфірм, зокрема, "Нептун-тур", "Елліс", "Карибський клуб", "Укртех-інтур", "Техніка-Плюс", "Азарія", "Кругозір" тощо. Морську подорож можна здійснити не тільки на борту величезного лайнера, але й на яхті, які вміщують 300-400 осіб. Перевага яхт полягає в їх маневреності, вони можуть підійти до таких острівців, куди не можуть зайти величезні "плавучі міста". Щодо вартості проживання на борту вітрильника, то вона така сама, як і на стандартних лайнерах, і залежить від категорії судна.

До 2020 р. в асортименті українських туристичних компаній була низка круїзних програм по Середземномор'ю з різноманітними маршрутами. Наприклад, багато

цікавого можна було побачити підчас подорожі Барселона - Венеція (13 днів): крім столиці Каталонії та перлини Італії - Венеції, туристам пропонують відвідати Монте-Карло, Флоренцію, Рим, Неаполь, Афіни та турецький Ефес. Вартість туру становила 2300- 3300 дол. США. Ціна включала проживання в каюті п'ятизіркового лайнера, харчування за системою "все включено" (крім алкогольних напоїв), розважальні програми на борту судна, портові збори, а в каютах вищої категорії -- послуги персонального дворецького. Додатково оплачувався авіапереліт Київ - Барселона - Київ, віза, страховка, пакет на вісім екскурсій (орієнтовна вартість 650-700 євро).

Інший пропонований круїз - подорож уздовж островів Середземномор'я. Наприклад, восьмиденний тур за маршрутом "Майорка - Сіцілія - Неаполь - Корсика - Тулон - Мінорка - Майорка" коштував 1300-1800 дол. США, а подібна за тривалістю подорож вздовж островів Греції, що включає Корфу, Афіни, Ефес, Родос, Санторіні, Гітіон, обходилася у 1400- 2000 дол. США. У цю ціну входило проживання на чотири-п'яти зірковому лайнері, харчування "все включено" та розважальні програми на борту судна. Консульські збори, переліт до місця відправлення теплохода (300-350 дол. США), страховка, екскурсійні програми потрібно було оплатити додатково.

Цікаві круїзні програми пропонували українські туроператори Французькою Полінезією та Карибами. Наприклад, це тури "Полінезія та острови Кука" або "Полінезія та Маркізові острови". Такі поїздки розраховані, як правило, на 11 діб, а їх вартість становила 1200-2000 дол. США залежно від категорії каюти. Однак наймасштабнішим та захоплюючим вважався круїз "Відкриття Тихого Океану", що був розрахований на 25 діб. У процесі подорожі туристи відвідували Таїті, Рататеа, Муреа у Французькій Полінезії, острови Піткерн і Великодня, Кальяо в Перу, Кіто в Еквадорі, Панамський канал, острови Сан-Блас, Кайманові острови, Форт Лодердейл у США. Коштував такий тур 3400-5000 дол. США. Ціна круїзів Французькою Полінезією включала проживання на борту п'ятизіркового лайнера, харчування за системою "все включено", розважальні програми, портові збори. Додатково оплачувався авіапереліт (350- 400 дол. США), віза за маршрутом, страховка, екскурсії.

Не менш захоплюючою була подорож на Кариби. Наприклад, тижневий круїз "Західні Кариби" передбачав відвідування Маямі, Гаїті, Ямайки, Великого Кайману та Мексики. Якщо обрати східну частину островів, то можна побачити Пуерто-Рико, Віргінські

Острови, Антигуа, Сент-Мартен, Сент-Люсію, Барбадос. Карибські круїзи на фоні більшості морських круїзів були недорогими (780-1200 дол. США). Ціна включала тижневе проживання на борту чотири - п'ятизіркового лайнера та харчування "все включено". Переліт до Пуерто-Рико (380-460 дол. США), віза, трансфер, страховка й екскурсії оплачувалися окремо.

20.7. Логістична організація річкових круїзів та прогулянок

Якщо моря та океани започаткували далекі морські подорожі, то саме річки були тісніше пов'язані з джерелами туризму. Разом із торговцями та воїнами річками подорожували паломники, студенти, вчені, письменники, багато з яких залишили нам "записки" з описом етапів шляху, результатів спостережень за природою, тваринним світом, населенням. Річками першопрохідці та колоністи проникали вглиб континентів, освоювали нові простори. Так, прославлена Дж. Лондоном р. Юкон була важливим шляхом на Клондайк для золотошукачів на Алясці. Річки мають і культове значення в релігіях світу та для багатьох народів. Наприклад, у християнстві хрещення історично відбувалося в річці. Саме у такий спосіб київський князь Володимир охрестив у Дніпрі мешканців стародавнього Києва в 988 р., про що свідчить відповідний пам'ятник у Києві на Дніпровських схилах. Нині тисячі туристів християнської конфесії відвідують річку Йордан в Ізраїлі з метою омовіння у водах святої річки. У містечку Ярденіт відбувається колективний або індивідуальний обряд хрещення. В релігії індуїстів священною річкою вважається Ганг, а священним містом Бенарес (Варапай), пов'язане з трьома божествами - Брахмою, Вішною та Шивою. Щороку до міста заїжджаються сотні тисяч прочан, щоб змити гріхи у священних водах Гангу. Цікаво, що частина біблійних сюжетів теж пов'язані з водою та човнами. На Галілейському морі (озеро Кінерет) в Ізраїлі туристам пропонують годинну прогулянку на моторному човні з Табхи в Ярденіт або Тверію. Круїз Нілом - елітна подорож, доступна лише заможним туристам (як за часів давніх римлян, так і нині). У середині XIX ст. організовували екскурсії на човнах по річці Темза (Англія). Для відпочиваючих у прибережних поселеннях побудували відповідну "інфраструктуру" - атракціони, таверни, готелі. Одночасно на Північноамериканському континенті туристична компанія "Американ Експрес" здійснювала екскурсії річкою Міссісіпі на легендарному річковому колесному пароплаві "Mississipi Queen" (англ.

Королева Міссісіпі). Річкові подорожі в кінці XIX ст. стали настільки популярними, що започаткували так звану "човникову літературу", місце дії якої - річкові круїзи.

Річковий пасажирський транспорт і на сьогодні залишається важливим засобом пересування на місцевих регулярних маршрутах, де широко використовують річкові багатопалубні теплоходи, швидкісні судна (на підводних крилах), спеціальні плоскодонні кораблі з водотурбінними двигунами для мілководдя, судна на повітряній подушці. Разом із тим, з розвитком мережі автошляхів та залізниць, авіаційного транспорту переміщення пасажирських потоків річками втратило свої переваги в багатьох країнах і регіонах, але значення річкових круїзів у туризмі збереглося. Річкові й озерні круїзи і нині мають попит у країнах та туристичних регіонах, де е судноплавні річки та великі озерні системи (табл. 20.6). На спеціальних човнах туристи подорожують заболоченими просторами, наприклад, знаменитими заповідними болотами Флориди (США).

Річкові круїзи мають свої переваги: вони менше залежать від погоди, більш інформативні, під час них можливі "зелені" зупинки. Річкові подорожі класифікують таким чином:

1) перевезення пасажирів та туристів на регулярних рейсах; 2) перевезення пасажирів та туристів на чартерних рейсах; 3) перевезення пасажирів і туристів швидкісними та екс-пресовими лініями; 4) поромні переправи; 5) прогулянкові й екскурсійні рейси; 6) перевезення водними видами транспорту самодіяльних туристів; 7) короткотермінові та тривалі круїзи; 8) спеціальні круїзи (конгрес-круїзи, бізнес-круїзи, навчальні круїзи, гастрономічні тури тощо); 9) використання плавальних засобів як "плавучих готелів".

Таблиця 20.6. Найбільші річки світу та країни, в яких вони розміщені

№ з/п	Назва річки	Протяжність (км)	Країни, через які річка протікає (з притоками)	Частина світу, континент
1	Ніл	6550	Єгипет, Судан, Ефіопія, Уганда	Африка
2	Амазонка	6477	Бразилія, Перу, Болівія, Колумбія, Еквадор	Південна Америка
3	Міссісіпі - Міссурі	5971	США	Північна Америка
4	Янцзи	5500	Китай	Азія
6	Хуанхе	4700	Китай	Азія
7	Конго -	4700	ДР Конго, НДР Конго, Замбія, Ангола, Центрально-Африканська республіка	Африка
8	Меконг	4350	В'єтнам, Лаос, Камбоджа, Бірма, Китай	Азія
9	Маккензі	4231	Канада	Північна Америка

10	Нігер	4200	Нігерія, Нігер, Бенін, Малі, Гвінея	Африка
11	Водна система Святого Лаврентія	3769	США, Канада	Північна Америка
12	Юкон	3190	США, Канада	Північна Америка
13	Ріо Транде	3060	США, Мексика	Північна Америка
14	Дунай	2588	Україна, Румунія, Болгарія, Сербія, Угорщина, Словаччина, Австрія, Німеччина	Європа
15	Ганг	2510	Індія, Бангладеш, Непал	Азія
16	Колорадо	2330	США	Північна Америка
17	Колумбія	2300	США	Північна Америка
18	Дніпро	2201	Україна	Європа
19	Помаранчева річка	2080	ПАР, Намібія, Лесото	Африка
20	Сичуань	1980	Китай	Азія
21	Замбезі	1500	Мозамбік, Зімбабве, Замбія, Ангола	Африка
22	Рейн	1390	Німеччина, Швейцарія, Австрія	Європа
23	Дністер	1362	Україна, Молдова	Європа

Розрізняють річкові подорожі короткотермінові (1-3 дні) та тривалі (25-30 днів). Вони особливо популярні в країнах, де є потужні річкові та озерні системи, а також системи каналів (див. табл. 20.6). Найрозвинутіші круїзи у водних системах США та Канади. Загальна протяжність круїзної траси тут перевищує 40 тис. км. Система каналів з'єднала Великі озера з узбережжям Атлантики (Водна система Святого Лаврентія) та з Мексиканською затокою. На Великих озерах експлуатують судна на зразок "річка-море", морські судна і навіть океанські лайнери.

Досить протяжні внутрішні водні шляхи має Західна Європа. Це річки Дунай, Рейн, Рона, Сена, Ельба, Одер, Маас, Шельф та інші, які з'єднані складною системою каналів, що створює сприятливі умови для круїзних подорожей. Найбільш популярні маршрути Рейном і його притоками (Мозель, Майн, Неккар, Везер), а також Амстердам - Базель, Амстердам - Страсбур, Пассау - Будапешт, Амстердам - Бремен, Гамбург - Бремен , Гамбург - Щецин та ін.

Основний вид суден - кораблі з низькою надводною та підводною частинами, що дає змогу проходити мілководдям та під мостами. Середня місткість таких суден 100-150 пасажирів. Кораблі на зразок "плаваючий готель", як правило, належать до категорії чотири -, п'ятизіркових, а рівень обслуговування не гірший, ніж на морських круїзних лайнерах. Тарифи на річкові круїзи Західною Європою доволі високі. Наприклад, тижнева подорож Рейном за двомісного розміщення коштує 1300 дол. США, а в каюті "люкс" - 2500 дол. США. Великий попит в Європі мають річкові круїзи Дунаєм через сім

країн. Навігаційний період становить сім місяців. У зв'язку з мілким фарватером на деяких ділянках (Будапешт - Відень) використовують невеликі комфортабельні річкові судна, розраховані на 100-150 пасажирів.

Особу увагу слід звернути на водні ресурси Фінляндії, де нараховується 188 тис. великих і малих озер із 56 портами та причалами. Водний туризм обслуговується маломірним флотом (100-200 пасажирів). Частина суден для туристичних перевезень реконструйована в стилі ретро (колісні судна, парові тощо). Навігація відкрита 250 днів на рік. Найпопулярніші у Фінляндії регулярні туристичні, чартерні та пікнікові рейси.

Захоплюючими туристичними маршрутами залишаються й нині круїзи Нілом, освоєні ще 100 років тому. На цьому маршруті експлуатують 250 теплоходів, з яких 105 - висококомфортабельні п'ятизіркові лайнери. Туристи під час таких круїзів поєднують відпочинок на воді зі змістовними береговими екскурсіями.

Щодо України, то здійснювати повноцінні річкові круїзи можна тільки однією річкою - Дніпром. Регулярне судноплавство по всьому Славутичу стало можливе 60 років тому, коли почали працювати дніпровські шлюзи та водний транспортний шлях Київ - Херсон - порти Чорного моря. До 2020 р. в Україні відбувалися внутрішні круїзи Дніпром (із 1959 р.) та міжнародні - Дунаєм. У тогочасній практиці судновласники (пароплавства) надавали теплоходи у фрахт українським турфірмам, які через іноземних партнерів набирали на судна туристів. Організаційні особливості цього виду туризму полягали у тому, що договір між пароплавством і турфірмою треба було підписати до 30 грудня, після чого турфірма отримувала право реалізовувати путівки на круїзні рейси на наступний рік. Після складання розкладу туркомпаніям надавали графік руху теплохода, на основі якого формувалася схема екскурсійного обслуговування. Перед початком навігації спеціальна комісія повинна була прийняти судно, що фіксувалося в акті. Працівники на круїзні теплоходи приймалися на роботу завчасно з тією метою, щоб вони змогли виконати всі необхідні підготовчі операції. Річковий туризм передбачав також екскурсійні та прогулянкові рейси, котрі здебільшого здійснювали судна портового флоту в приміських зонах.

Більшість кают займали іноземні туристи, які давно визнали переваги такого відпочинку. Більшість подорожей Дніпром починалися в Києві та проходили вниз за течією до Чорного моря. Здійснювалися такі круїзи на сучасних комфортабельних

річкових лайнерах: наприклад, на теплоході "Принцеса Дніпра" використовувалися чотири палуби та 152 каюти, в яких могло розміститися 320 пасажирів. Хоча його спустили на воду ще в 1976 р., у 2002 р. повністю реконструювали. Як правило, туристи в кінці круїзу прибували до Одеси. Турагенції пропонували також круїзи до Стамбула, болгарських і румунських портів. Вартість одного місця в круїзі вклюло розміщення в каюті відповідної категорії, триразове харчування, постільні речі, екскурсійне обслуговування. До послуг туристів - ресторани, бари, дискотеки, солярії (за окрему плату). Подорож Дніпром тривалістю 10 днів коштувала мінімум 600 дол. США (місце в чотиримісній каюті на нижній палубі). Під час круїзу його учасникам у Запоріжжі показували козацьке кінне шоу, а в Херсоні везли у дельту Дніпра на пікнік у традиційному рибальському селі. Туристам не радимо обирати каюти на нижніх палубах, де ілюмінатори розміщені на рівні води, ліпше - панорамні вікна в каютах верхніх палуб. Також слід уточнити, як розташовані ліжка в каюті - в лінійному порядку чи ярусному (двоповерхові).

Але у спектрі річкових круїзів, що пропонували київські тур фірми до 2020 р., був один прикрий момент: або подорожувати околицями Києва, або купувати поїздку до Чорного моря. У разі організації подорожі за власним маршрутом, слід було звернутися до фірм, котрі пропонували оренду теплоходів. Головна перевага круїзів на орендованому судні полягала в тому, що їх учасники не залежали від графіка, що виключало спізнення туристів та надавало змогу зупинки в бажаному місці. Туристам пропонували закриту палубу для банкету, відкриту прогулянкову палубу, бар, камбуз (кухню), спальні каюти, туалети. На таких суднах здебільшого здійснювали одноденні круїзи в околицях Києва - до островів з історичними назвами Ольгин і Муромець (униз по Дніпру) та Великий (на Десні). Одночасно київські фірми пропонували також три - та п'ятиденні тури за маршрутом Київ - Канів - Черкаси - Переяслав-Хмельницький - Київ. Такі круїзи в основному замовляли корпоративні клієнти.

Можливі були круїзи Дніпром на яхті, на борт якої брали сім пасажирів. Але цей варіант вже є подібний до річкових прогулянок та екскурсій, яких на Річковому вокзалі Києва пропонувалося безліч - від найкоротшої одногодинної прогулянки вздовж берегів Дніпра (маршрут Річковий вокзал - міст Патона) до чотиригодинної - "плавання" на Київське море. У другій половині XX ст. одним із популярних видів міського транспорту

в Києві були так звані річкові трамвайчики (невеличкі пароплави), за допомогою яких можна було швидко дістатися до Осокорки або Русанівських садів. Отже до 2020 р. річковий транспорт у столиці України виконував виключно туристично-розважальні, у тому числі круїзні функції. Нині в умовах воєнного стану водні подорожі та прогулянки Дніпром заборонені.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Як пов'язаний транспорт із започаткуванням організованого туризму?
2. Яку класифікацію транспортних подорожей використовує Світова туристична організація (UNWTO)?
3. Як UNWTO пропонує класифікувати засоби транспорту в своїх «Рекомендаціях зі статистики»?
4. Яку частку в ціні туру залежно від терміну та відстані становить транспортна складова?
5. За якими критеріями здійснюють рейтингове оцінювання видів транспорту в логістиці туризму?
6. За якими формулами обчислюють у туризмі експлуатаційну швидкість залізничного, морського, річкового та автомобільного видів транспорту?
7. Порівняйте ефективність автомобільних, залізничних і повітряних перевезень туристів.
8. Яку найпростішу схему вибору компанії-перевізника в туризмі пропонує транспортна логістика?
9. З’ясуйте, які аеропорти в Україні були найбільшими в Україні станом на 2019 р.
10. У чому полягає логістична концепція управління авіаційними перевезеннями туристів?
11. Визначте основні напрямки логістики автомобільних перевезень у туризмі.
12. Розкрийте особливості логістики автобусного туризму.
13. У чому полягає сутність графічного методу визначення доцільності використання турфірмою власного автотранспорту чи орендованого?
14. Розкрийте особливості логістики використання залізничного транспорту в туризмі.
15. Визначте логістичні особливості морських круїзів.
16. Яке логістичне забезпечення використовується в річкових круїзах та прогулянках?

РОЗДІЛ 21. ВІД ГЕОПОЛІТИЧНОЇ КОНЦЕПЦІЇ МІЖМОР’Я ДО ЄВРОЛОГІСТИЧНОГО ПРОЄКТУ ЄС «ІНІЦІАТИВА ТРИМОР’Я»: ТУРИСТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ

21.1. Дослідження української вченої О.Степанів з географії та логістики туризму

Серед українських вчених-географів та транспортників ХХ ст. виділяється важлива, але, на жаль, до цього часу недостатньо відома постать Олени Степанів (рис.21.1). Вона була не тільки першою в Україні та світі жінкою – офіцеркою у військах

УСС та УГА, яка героїчно воювала на фронтах Першої світової війни та Українських визвольних змагань, виконувала дипломатичні функції в ЗУНР та УНР, але й отримала науковий ступінь доктора географії та історії та зробила значний внесок у розвиток української економічної та соціальної географії, а також географії та логістики транспорту та туризму . Методологія дослідження полягала в опрацюванні наукових робіт О.Степанів з географії транспортної інфраструктури міста (на прикладі Львова), праць О.Шаблія та О.Вісьтак, присвячених життю та науковому доробку О.Степанів, наукових робіт та документів з інтеграції України до транспортно-логістичної системи



Рис.21.1. Олена Степанів (1892-1963 рр.)

ЄС, зокрема останніх за часом транспортно-логістичних проєктів ЄС у цій сфері – «Ініціативи Тримор'я» та «TEN-T». Аналіз зібраних матеріалів дозволив виділити важливі положення наукового доробку О.Степанів з географії та логістики транспорту та їх зв'язок з сучасними транспортно-логістичними проєктами ЄС та участю в них України в умовах російської агресії.Метою розділу є розкриття доробку доктора О.Степанів у сфері географії транспорту, логістики, туризму (на прикладі транспортної інфраструктури Львова та Львівщини), а також зв'язку наукового доробку О.Степанів з сучасними транспортно-логістичними концепціями та проєктами Європейського Союзу та їхнім зв'язком з туризмом у контексті участі України. Зокрема це відноситься до найновіших проєктів ЄС у транспортно-логістичній сфері – «Ініціативи Тримор'я» та «TEN-T» та їхнього функціонування з врахуванням повномасштабного вторгнення рф в Україну.

Україна посилює співпрацю з Європейським союзом у всіх можливих сферах. До однієї з найбільш важливих є транспортно-логістична сфера, де нині здійснюється

декілька важливих проєктів під загальною назвою «Єврологістика». Донедавна вони стосувалися переважно країн Західної Європи, але останніми роками увага ЄС у транспортно-логістичних питаннях змістилась до регіону Центрально-Східної Європи, де знаходяться переважно країни – нові члени ЄС. Більшість з них мають кордони з Україною, якій відводиться важливе місце у транспортно-логістичній діяльності у цьому регіоні, незважаючи на те, що Україна була до 2022 р. асоційованим (а не повним) членом ЄС (нині є державою-кандидатом на вступ до ЄС), що пояснюється надзвичайно вигідним транспортно-географічним (або геологістичним) положенням нашої країни на транспортному перехресті євроазійського континенту. Серед цих проєктів останніми роками найбільш важливим є проєкт ЄС «Ініціатива Тримор'я», який охоплює 12 країн – членів ЄС, що знаходяться між Балтійським, Адріатичним та Чорним морями. Незважаючи на те, що Україна поки що не належить до безпосередніх учасників проєкту «Ініціатива Трьох морів», вона активно бере участь у виконанні окремих підпроєктів, таких як автомагістралі Via Carpatia та Ґданськ - Одеса, залізничної магістралі Viking тощо. Вони здійснюють суттєвий вплив на розвиток туризму в Україні та сусідніх країнах – членах ЄС.

Сучасний єврологістичний проєкт «Ініціатива Тримор'я» суттєво відрізняється від геополітичної концепції з близькою назвою «Міжмор'я», яка існувала в 1920-1930-х рр. Міжмор'я (польськ. - Miedzymorze, лат. - Intermarium) – геополітична доктрина, пов'язана з традиціями багатонаціональної Другої Речі Посполитої та маюча за основу створення об'єднання держав Центрально-Східної Європи. Мала джерелом геополітичну теорію і практику Польської держави, яка базувалася на добровільній співпраці держав-членів, оборонному характері, спільному захисті суверенітету, реалізації спільних інтересів та широкому характері співпраці, що опиралася на солідарності країн регіону та ініціативній ролі Польщі у створенні цього об'єднання. У широкому розумінні до Міжмор'я включався геопростір між Адріатичним, Балтійським та Чорним морями, а саме такі країни, як Польща, Литва, Латвія, Естонія, Білорусь, Україна, Чехословаччина, Угорщина, Румунія, Югославія та, за можливістю, Фінляндія та Грузія. Згідно прихильників цієї концепції таке об'єднання дозволило би державам-членам уникнути домінування Німеччини та росії в регіоні Центрально-Східної Європи.

Концепція Міжмор'я взаємодоповнювалась з іншою геополітичною концепцією — прометеїзму, метою якої був розпад російської імперії (пізніше — СРСР).

Історичні корені геополітичної концепції Міжмор'я прослідковуються з часів першої Речі Посполитої після Люблінської унії 1569 р., коли об'єдналися Королівство Польське та Велике князівство Литовське, також були пропозиції виділення окремого Руського (Українського) князівства, з'єднаного з Польщею та Литвою реальною унією у межах Речі Посполитої трьох народів. Важливий етап у розвитку концепції Міжмор'я пов'язаний з політикою керівника міжвоєнної Польщі маршала Ю.Пілсудського, стратегічною метою якого було відродження польсько-литовської спільноти та дезінтеграція російської імперії, а пізніше СРСР на підставі етнічних відмінностей (ідея прометеїзму). Пілсудський розглядав Міжмор'я, як противагу імперіалістичним тенденціям з боку росії та Німеччини. Після польсько-більшовицької війни 1919-1921 рр. концепція федерації держав Центрально-Східної Європи, яка б могла мати підставою альянс Польщі та України, втратила можливість реалізації. Після цього Пілсудський запропонував федерацію або унію балтійських та балканських держав у складі Польщі, Чехословаччини, Угорщини, країн Скандинавії, країн Балтики, Італії, Румунії, Болгарії, Югославії та Греції. Територіально це об'єднання розміщувалося б не тільки між Балтійським та Чорним морями, але й між Північним Льодовитим океаном та Середземним морем. Розвиток планів Міжмор'я після смерті Пілсудського (1935 р.) був продовжений міністром закордонних справ Польщі Ю.Беком, який в кінці 1930-х рр. запропонував план створення "Третьої Європи" - союзу Польщі, Румунії та Угорщини. На жаль, єдиним досягненням було створення польсько-румунського альянсу.

Концепція Міжмор'я у комплексному розумінні була не тільки геополітичною, оскільки передбачала і транспортно-географічні зв`язки країн-учасниць. Вперше на це звернула увагу українська дослідниця, доктор з географії та історії Олена Степанів. Так, у своїй книзі "Сучасний Львів" (1943) вона надала характеристику транспортної інфраструктури Львова на той час і відмітила визначне положення міста у системі транспортно-комунікаційних шляхів східної частини європейського континенту, що сполучали Балтику з Чорним морем, чорноморські порти з балтійськими, тобто у межах Міжмор'я.

Основним науковим доробком доктора Олени Степанів (Дашкевич) є книга «Сучасний Львів», де, у тому числі, вона надала характеристику транспортної інфраструктури Львова на той час: «Географічне положення Львова характерне тим, що через місто проходять головні комунікаційні шляхи східної частини європейського континенту. Місто лежить на дорозі, найбільш догідній для сполучення Балтики з Чорним морем, що зв'язує чорноморські порти Одесу, Констанцу з Балтійськими портами Мемелем, Кенігсбергом, Данцігом. З другої сторони по північній стороні гір Карпат, Судет, Альп існує природний континентальний шлях, що веде з західної Європи до східної і далі на Близький схід через Київ, Харків, Ростов та водяний шлях з чорноморських портів до Батумі і Баку, центрів транспорту прикаспійських країв. Ці шляхи сходяться у Львові в один великий вузол. На трасах цих шляхів, якими користуються вже багато сторіч, утворилися численні господарські осередки, що зв'язані між собою залізничними лініями, битими шляхами, а навіть частинно водними дорогами. До Одеси та інших Чорноморських портів веде *Подільський шлях* через Тернопіль, Проскурів. У Золочеві відгалуджується шлях на Рівне. Це частина історичної дороги Краків – Львів – Київ. Він відіграв визначну роль у зв'язку Сходу з Заходом. На підміським відтинку цього шляху лежать промислові оселі: Лисиничі (фабрика дріжджей), Вінники (фабрика тютюну) і Чортівська скеля – місце підміських прогулянок. Рух на цьому шляху нерівномірний, зокрема до Вінник. *Ярославський шлях* виходить з міста під назвою Янівської, потім Перемиської дороги, до нього прилучається в околиці Львова відгалудження міжморських і прикарпатських шляхів. Ярославський шлях веде зі Львова через Янів на Яворів, Ярослав, Краків. Як частина давнішого історичного шляху Краків – Львів – Київ, він відіграв важливу ролю в історичному розвитку міста. Сучасно він не має вже тієї вартості, що давніше. Він сполучає тепер Львів з такими місцевостями, як Янів – центр водного спорту, та лікувальними місцевостями – Немирів, Шкло. Шлях зі Львова через Городок на Перемишль – Краків (*Перемиський шлях*) сполучає Львів через Краків з Віднем. В часі совітської влади сполучав він тільки з місцевостями, розташованими на пограничній смузі: Перемишль, Мостиська, Судова Вишня. В напрямі на Зимну Воду відгалуджується від попередньої дорога, що веде в південному напрямку через Рудки на Самбір – Турку – Ужок. Має вона радше *туристичне значення*, бо веде в горішній район Турчанського повіту. Посилення

механічного руху невелике, за винятком відтинку, що веде зі Львова до Любіня, лічничої місцевості. *Жовківська дорога* веде зі Львова через Жовкву на Раву-Руську – Люблін – Варшаву. Від Жовкви йде відгалудження на Сокаль, Володимир, Берестя над Бугом, Вільну. Виходить зі Львова Жовківською вул. на північний схід, в Куликові скручує на південний захід, зі сходу об'їжджає Розточчя і далі йде через Жовкву на Раву Руську. Є це траса давного *Холмсько-Галицького шляху*, який відіграв чималу ролю в історичному розвитку Львова. Сучасно має менше значення, як перед 1939 р. – властиво цей шлях сполучає Львів з найбільшим містом в Генеральній Губернії – Варшавою. Міська частина шоси перевантажена обслуговуванням північної промислової частини міста. Те саме можна сказати про підміську частину, що має великий рух у напрямку на Жовкву і Раву Руську. У Збоїських відділяється шоса, що сполучає Львів через Кам'янку Струмілову і Радехів з Луцьком. Вона біжить вздовж залізничної лінії Львів – Стояків в північно-східному напрямі і сполучає Жовтанці та Кам'янку Струмілову з містом».

Крім головних шляхів О.Степанів виділила регіональні та «льокальні». До перших вона віднесла: а) Львів – Миколаїв – Стрий (і далі на Борислав, Дрогобич, Долину); б) Львів – Станіслав – Снятин; до других: а) Львів – Брюховичі; б) асфальтову дорогу Львів – Жовква – Броди; в) Глинянський тракт (Львів - Глиняни); г) шлях до Щирця через Глинну Наварію (через вул.Кульпарківську).

Таким чином, доктор О.Степанів визначила такі основні риси транспортної інфраструктури Львова та Львівщини: по-перше, вона першою в Україні серед вчених (географів та транспортників) відзначила транспортний аспект Концепції Міжмор'я та підкреслила центральне положення Львова, як транспортно-логістичного хабу на трансєвропейському магістральному шляху, що з'єднував вже тоді Балтійське море з Чорним («Львів лежить на перехресті двох комунікаційних артерій загальноєвропейського значення. Це є шляхи тзв. межиморський та тзв. сухопутній»); по-друге, нею було визначено головні транспортні маршрути, важливі у всеукраїнському масштабі; по-третє, крім головних шляхів були виділені регіональні та локальні; по-четверте, характеристика транспортних маршрутів поєднувалась з зазначенням найбільш істотних промислових підприємств Львівщини; по-п'яте, вказувалося, які *туристично-рекреаційні місцевості та центри* розміщуються по трасах транспортних шляхів (у підручниках з географії транспорту радянської доби таке

було відсутнє взагалі); нарешті, по-шосте, зазначалися такі транспортно-логістичні показники, як пропускна здатність та завантаженість шляхів, інтенсивність руху, а також їхні історичні назви.

Наукові праці Олени Степанів зберігають свою актуальність і нині. Зокрема це стосується питань географії транспорту на прикладі Львова, що викладені вище. Ці питання з сучасної точки зору стосуються не тільки транспорту, але й геологістики та міжнародної логістики, з якої був підготовлений і опублікований навчальний посібник автора «Міжнародна логістика». У цьому посібнику є розділ 19 «Україна в системі Балто-Чорноморської транспортно-логістичної інтеграції», що є власне сучасним розвитком поглядів О. Степанів на сполучення Балтики з Чорним морем, як головного комунікаційного шляху східної частини європейського континенту та ролі Львова, як центрального транспортно-логістичного хабу на цьому шляху. Не будемо переказувати зміст цього розділу – бажаючі можуть ознайомитися з ним і з усім навчальним посібником «Міжнародна логістика» (є в інтернеті).

Постать та життя Олени Степанів нині самі по собі виступають, як значний туристичний ресурс, який викликає велику зацікавленість в українських та іноземних туристів. Так, на географічному факультеті ЛНУ імені Івана Франка (вул.Дорошенка) встановлено барельєф О.Степанів, а в м.Івано-Франківську = її пам'ятник. Заслуговує уваги пропозиція про відзначення пам'яті про перебування О.Степанів у складі студентів Кам'янця-Подільського українського університету у 1919 р. (пам'ятна таблиця чи барельєф на головному корпусі, а також на корпусі історичного факультету в Старому місті, де за часів УНР містилося Міністерство закордонних справ, де О,Степанів працювала пресовим референтом).

21.2. Транспортно-логістичний проєкт ЄС "Ініціатива Тримор'я", як розвиток досліджень О.Степанів у сфері логістики туризму

34(

Сучасним продовженням концепції Міжмор'я та досліджень О.Степанів, за нашою думкою,можна вважати новітній проєкт Європейського союзу у транспортно-логістичній сфері – "Ініціатива Тримор'я" (ІТМ). Саміт ІТМ у Таллінні (19-20 жовтня 2020 р.) підкреслив вплив ІТМ на весь балтійсько-адріатично-чорноморський регіон. Недаремно проєкт назвали саме "Ініціативою Тримор'я", а не "Міжмор'я", підкреслюючи у такий спосіб не тільки відмінність від міжвоєнної концепції Міжмор'я,

а й те, що інфраструктурною співпрацею в межах ІТМ може бути територія, що включає басейни цих морів, а не лише простір, розташований між узбережжями (рис.21.2). Серед стратегічних партнерів ІТМ, насамперед, називаються дві країни Східного партнерства – Україна і Грузія. Як вважає М. Гончар, президент Центру глобалістики «Стратегія XXI», головний редактор часопису «Чорноморська безпека», нинішню формально польсько-хорватську "Ініціативу трьох морів" (ІТМ) слід відрізняти від історичної польської концепції Міжмор'я – військово-політичного союзу Польщі й України. І не тільки тому, що на додаток до Балтики і Чорномор'я з'явилась Адріатика. Суть полягає в тому, що це - геоекономічна ініціатива виключно для країн - членів ЄС. Запрошення Києву на перший саміт ІТМ у 2016 р. було надіслане, але проігнороване з незрозумілих причин. Тому нині для України залишається можливість співпраці з Ініціативою Тримор'я за форматом «ІТМ+Україна». Оскільки Польща є двигуном цієї ініціативи, то ця можливість є власне ще одним напрямком українсько-польської співпраці. Головним спрямуванням ІТМ є інфраструктурна співпраця в трьох вимірах: транспортно-логістичному (автомобільні, залізничні, авіаційні та водні шляхи сполучень), енергетичному (газопроводи, СПГ-термінали, ЛЕП) та інформаційно-цифровому. Україна вже співпрацює з ІТМ, і передусім із Польщею, у таких важливих інфраструктурних проектах, як автомагістраль Ґданськ – Одеса, залізничне сполучення в межах проєкту «Вікінг», розвиток газової інфраструктури в межах коридору «Північ – Південь» (із залученням українських підземних сховищ блакитного палива).

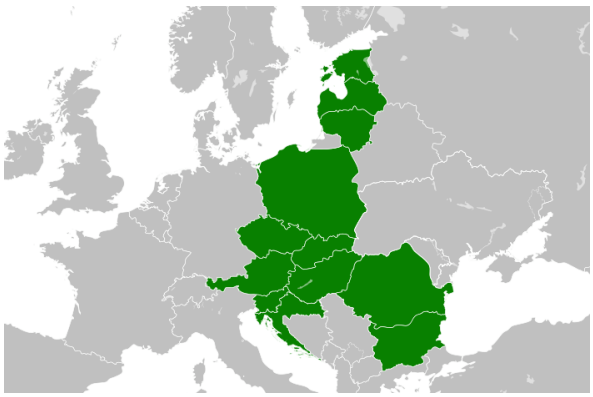


Рис.21.2. Країни – члени проєкту ЄС "Ініціатива Тримор'я"

Бажання Києва приєднатися до співпраці в межах Ініціативи Тримор'я було підтверджене президентом В.Зеленським у заяві, зробленій у Варшаві на спільному брифінгу з президентом Польщі А.Дудою 31 серпня 2019 р. напередодні річниці початку Другої світової війни. Тоді ж очільники підписали польсько-українсько-американський меморандум про співробітництво для транзиту американського газу зі Свіноуйсьця (через Польщу) в Україну. Реалізація цього проєкту, який уже виконується, призведе до фактичного включення України, як південно-східного сусіда Польщі, до інфраструктурної мережі транзиту «блакитного палива» Тримор'я. Україна, попри відсутність статусу офіційного членства в ІТМ, є активним учасником багатьох її проєктів, зокрема флагманської ініціативи – автомагістралі Via Carpatia, у якому наша країна бере участь, як повноправна сторона. Прокладену за «меридіаном» мережу «Віа Карпатія» слід трактувати, як «хребет» проєкту, а добудову широтних «ребер» за маршрутами Люблін – Холм – Ковель – Луцьк – Київ, Люблін – Замостя – Львів – Тернопіль – Вінниця – Умань та Жешув – Львів і далі до Умані слід розглядати його логічним продовженням (рис.21.3; 21.4).

Ініціатива "Диверсифікації джерел постачання газу та інтеграції газової інфраструктури в регіоні Тримор'я" із впровадженням проєкту "Baltic Pipe»", можливо, за сучасних умов російської агресії в Україні, є навіть стратегічно важливішою, ніж автомагістралі. Ініціативу спільно координують Польща, Словаччина, Данія й Норвегія. В українському вимірі вона включає створення потужного транзитного коридору для газу, зокрема будівництво нового газопроводу з Польщі до України, модернізацію компресорної станції на кордоні, розширення внутрішньої газотранспортної системи в обох країнах.



Рис.21.3. Via Carpatia: держави-учасниці та основні транспортно-логістичні маршрути



Рис. 21.4. Via Carpatia: участь України

Україна також бере участь в інших проєктах, які входять до сфери «Ініціативи Тримор'я». Це румунські проєкти (транспортна біржа ITM та цифрова платформа для моніторингу гідрографічної бази в регіоні) та проєкт залізничного сполучення Viking Train (спільна ініціатива литовських та українських залізниць, а також портових компаній і портів у Клайпеді, Чорноморську й Одесі). Крім того, ще є польський проєкт управління безпілотниками ближньої дії (Central European Drone Demonstrator – CEDD). Також Україна розглядається, як майбутній партнер у проєкті ITM румунсько-угорсько-словацького транзитного коридору природного газу. Отже, Україна уже сьогодні, не маючи офіційного членства в "Ініціативі Тримор'я", є учасником багатьох проєктів, що реалізуються у межах цього проєкту. Серед цих проектів є і туристичні: так, у Закарпатті з 2018 р. проводиться фестиваль «Via Carpatia», а у Львові готелі приготували потужності під міжнародні науково-практичні форуми, пов'язані з «Ініціативою Тримор'я».

21.3. Формування Трансєвропейської транспортної мережі (TEN-T), як складника єврологістики: туристичний аспект

В сучасних умовах протистояння України російській агресії єврологістичний проект «Ініціатива Тримор'я» набуває нової актуальності та взаємодіє з формуванням Трансєвропейської транспортної мережі (TEN-T). У липні 2022 р. ЄС включив до цієї мережі українські логістичні шляхи: Єврокомісія внесла зміни до індикативних мап TEN-T, включивши до них логістичні маршрути, що проходять Україною. Це рішення є

стратегічним кроком у процесі інтеграції України до ЄС та сприятиме реалізації ініціативи «*Шляхи солідарності*» щодо експорту української аграрної продукції та доставки гуманітарної допомоги в Україну. Зокрема внесено наступні зміни:

- Коридор «Північне море – Балтійське море» продовжено через Львів, Київ до Маріуполя;

- Балто-Чорноморсько-Егейський коридор продовжено через Львів, Чернівці (через територію Румунії і Молдови) до Одеси;

- Коридор «Балтійське море – Адріатичне море» проходитиме через Львів.

Включення українських логістичних маршрутів до мережі TEN-T дозволяє:

- усунути існуючі перешкоди при здійсненні логістичних операцій;

- залучити європейські інвестиції для модернізації української транспортної інфраструктури;

- отримати доступ до інструментів допомоги ЄС у питанні розбудови української частини мережі TEN-T;

- розвивати мультимодальні перевезення;

- зменшити логістичні витрати;

- підвищити якість послуг при перевезеннях товарів.

Єврокомісія виключила з мережі TEN-T російські та білоруські маршрути, а також понизила в статусі маршрути на території ЄС на стиках з цими країнами-агресорами.

Мережа TEN-T була створена ЄС з метою з'єднати Європу з заходу на схід та з півночі на південь мережею автодоріг, залізниць, аеропортів та водних шляхів. Розвиток цієї Панєвропейської транспортно-логістичної системи передбачає два етапи: до 2030 р. має бути завершено побудову «ключової мережі», а до 2050 р. – «загальної мережі». Україна увійшла до TEN-T 2017 р. Відповідно до Індикативного інвестиційного плану Єврокомісії з розвитку коридорів TEN-T в Україні планується реалізувати проєкти на загальну суму 4,45 млрд.євро і це є найбільшим показником серед усіх держав Східного партнерства.

«Кожна нація, - писав український письменник і публіцист Юрій Липа, - як і окрема людина, може висловити себе і своє лице у безнастанній боротьбі з матеріальним і духовним оточенням. Тільки у такій боротьбі виробиться природна сила України та її вартість світу». Тільки в такій боротьбі і народжуються справжні сини і доньки своєї

держави. Український народ має цілу плеяду славних дочок, таких як княгиня Ольга, дочка великого київського князя Ярослава Мудрого Анна, одна із засновниць Богоявленського Братства у Києві 1616 р. Галшка Гулевичівна, княгиня Анастасія Заславська, коштом якої було видане українською мовою Пересопницьке Євангеліє, на якому присягають президенти нашої держави, неповторна і неперевершена співачка Соломія Крушельницька, наша славетна поетеса Леся Українка, народна артистка України Марія Заньковецька, героїня Олена Теліга тощо. У цей ряд слід додати ще одне ім'я славної української жінки – патріотки, яка працювала на терені природничих наук і залишила значний науковий доробок у світовій науковій скарбниці. Це Олена Степанів. Можливо, комусь вона більш відома, як героїня національно-визвольних змагань українського народу, ніж як вчений-географ. Але саме в географічній науці вона залишила значний доробок, який є актуальним й нині, зокрема це стосується питань економічної та соціальної географії, зокрема географії транспорту та туризму. Наукова спадщина О.Степанів до нинішнього часу залишається недостатньо вивченою, і тому являє собою значне поле дослідження для молодих науковців, враховуючи те, що наукові праці Олени Степанів актуальні й сьогодні та мають безпосередній зв'язок і вплив на сучасний євро-атлантичний вектор розвитку незалежної Української держави, європейську інтеграцію України та її участь у транспортно-логістичних проєктах ЄС, таких як«Ініціатива Тримор'я» та «TEN-T».

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Яку роль відіграла Олена Степанів в дослідженнях з географії транспорту та логістики туризму?
2. Студенткою яких університетів перебувала Олена Степанів?
3. Як відзначена пам'ять про О.Степанів в університетах України?
4. Які функції виконувала О.Степанів в урядах ЗУНР та УНР?
5. У якій праці і як О.Степанів розглядала питання Міжмор'я на території України?
6. Де встановлено пам'ятник та барельєф Олени Степанів та яке їх туристичне значення?
7. Чи можна вважати проєкт ЄС «Ініціатива Тримор'я» розвитком та продовженням Концепції Тримор'я?
8. Який вираз проєкту ЄС «Ініціатива Тримор'я» в туристичній сфері України?
9. Розкрийте значення мережі TNT, як складника єврологістики.
10. Які зміни внесені до мережі TNT у зв'язку з російською агресією?

РОЗДІЛ 22. МІЖНАРОДНІ ТРАНСПОРТНІ КОРИДОРИ, ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

22.1. Склад Ключової мережі TNT

Мережа TEN-T створена ЄС з метою з'єднати Європу з заходу на схід та з півночі на південь мережею автодоріг, залізниць, аеропортів та водних шляхів. Розвиток цієї Панєвропейської транспортно-логістичної системи передбачає два етапи: до 2030 р. має бути завершено побудову «Ключової мережі» (The Core Network), а до 2050 р. – «Загальної мережі» (The Comprehensive Network). Її метою є створення загальноєвропейської мережі залізниць, автодоріг, внутрішніх водних шляхів, маршрутів морських перевезень, портів, аеропортів та залізничних терміналів з тим, щоб заповнити пробіли у територіальній транспортній мережі, усунути її «вузькі місця» та подолати технічні бар'єри, що має сприяти соціальному, економічному та територіальному зрівноваженню країн ЄС. Нинішня політика TEN-T має підставою регулятивний закон ЄС №1315/2013. Крім створення нової транспортної інфраструктури політика TEN-T передбачає впровадження інновацій, нових технологій та цифрових рішень у всіх видах транспорту із завданням поліпшити використання інфраструктури, зменшити екологічний вплив транспорту, покращити показники енергоефективності та підвищити безпеку. Основою «Ключової мережі» (The Core Network) є 9 коридорів, визначених з метою забезпечення її скоординованого розвитку. Також встановлено «Горизонтальні пріоритети» - Систему управління європейським залізничним рухом (ERTMS, European Rail Traffic Management System) та Морські шляхи (Motorways of the Sea). Контролюють цей процес – розвитку 9 коридорів TEN-T та 2 горизонтальних пріоритетів єврокоординатори, призначені Європейською комісією. У квітні 2019 р. Єврокомісія здійснила аудит здійснення політики TEN-T, в результаті якого була додана можливість мілітарного трафіку (військ, майна та устаткування) всередині та за межі ЄС, зафіксована у «Плані дій з мілітарної мобільності» (The Action Plan on Military Mobility). Це дуже вдалий пункт Європейської транспортної політики TEN-T для України з огляду на повномасштабне російське вторгнення 2022 р. Назви та деякі характеристики 9 транспортних єврокоридорів та 2 горизонтальних пріоритетів наведено в табл.1.

Таблиця 22.1. Європейські транспортні коридори.

Назва		Географічні межі	Довжина, км		
укр. мовою	англ. мовою		залізниці	автошляхи	внутрішні водні шляхи
Єврокоридори					
1. Атлантичний коридор	The Atlantic Corridor	Від Іберійського п-ва (Іспанія) до порту Гавр (Франція)			
2. Коридор Північне море - Балтійське море	The North Sea - Baltic Corridor	З'єднує східне узбережжя Балтійського моря з портами Північного моря	5947	4029	2186
3. Коридор Рейн - Альпи	The Rhine – Alpine Corridor	З'єднує бельгійські та голландські порти Північного моря з середземноморським портом Генуя (Італія)			
4. Коридор Рейн - Дунай	The Rhine – Danube Corridor	З'єднує річковим шляхом Східну Францію та Південну Німеччину з центрально-європейськими столичними містами Відень, Братислава, Будапешт, Бухарест і закінчується у чорноморському порті Констанца (Румунія)			
5. Балтійсько-Адріатичний коридор	The Baltic-Adriatic Corridor 35	З'єднує балтійські порти Польщі Гданськ, Гдиня, Щецін з адріатичними портами Копер, Трієст, Венеція, Равенна			
6. Коридор Північне море – Середземне море	The North Sea – Mediterranean Corridor	Протягується від столиці Шотландії Едінбурга на півночі до французького порту Марсель на Середземному морі			
7. Коридор Скандинавія – Середземне море	The Scandinavian-	Протягується від Фінляндії і Швеції			

	Mediterranean Corridor	на півночі до острова Мальта в Середземному морі			
8. Середземноморський коридор	The Mediterranean Corridor	З'єднує середземноморське узбережжя Іспанії з кордоном Угорщини з Україною	Мультимодальний, 3 тис. км		
9. Східно-Середземноморський (Балто-Чорноморсько-Егейський) коридор	The East Mediterranean (Baltic-Black Sea – Aegean Sea) Corridor	Розпочатий у грудні 2013 р.			
Горизонтальні пріоритети					
1. Система управління європейським залізничним рухом	European Rail Traffic Management System, ERTMS	Єдина європейська операційна система на залізниці, яка заміщує більше 20 різних національних систем контролю і управління			
2. Морські шляхи	Motorways of the Sea	Є морською основою TEN-T, включає прибережні морські маршрути, порти, інфраструктуру, устаткування, адміністративні формальності			

22.2. Коротка характеристика єврокоридорів TNT

Нижче наводимо коротку характеристику вищенаведених коридорів:

1. *Атлантичний коридор* протягується від портів Іберійського п-ва до порту Гавр у Північній Франції та до міст Страсбург (Франція) та Мангейм (Німеччина) на франко-німецькому кордоні. Залізничний компонент коридору включає швидкісні лінії та паралельні їм звичайні залізниці, забезпечуючи транзитний шлях між Лісабоном (Португалія), Мадридом (Іспанія), Парижем, Страсбургом (Франція), Мангеймом (Німеччина) та Гавром (Франція). Коридор має яскраво виражений мультимодальний характер, включаючи залізниці, автошляхи, внутрішні водні шляхи та морські маршрути. Ключовими проєктами коридору є залізниця «Basque Y» та швидкісна залізнична лінія «Bordeaux – Tours». Успіхом цього коридору є французький досвід

державно-приватного партнерства з реалізації швидкісних залізниць, прикладом чого є швидкісна залізнична лінія «Bordeaux – Tours», введена в дію 2017 р., яка залучила інвестиції 7,8 млрд євро за участі Європейської комісії та Європейського інвестиційного банку на підставі концесії на 50 років, яка охоплює фінансування, будівництво, функціонування та утримання цієї лінії. Але цей проєкт має свої проблеми, серед яких називається транскордонне сполучення між Лісабоном т а Мадридом, іспанська ділянка якого до цього часу неелектрифікована. Також є проблеми з інтероперабельністю (різниці в ширині залізничної колії, електрифікації, сигнальних системах і довжині потягів), які особливо торкаються ділянки San Sebastian - Bordeaux. Вимагає вирішення створення інтероперабельного шляху через Мадрид, а звідси – до Vitoria з дотриманням усіх вимог до інфраструктури. Щодо автодоріг, то система електронної оплати на швидкісних шляхах теж вимагає удосконалення; також Португалія та Іспанія проваджують узгоджену систему автодоріг вздовж Атлантичного узбережжя.

2. *Коридор Північне море - Балтійське море* нараховує 5947 км залізниць, 4029 км автошляхів та 2186 км внутрішніх водних шляхів. Цей коридор з'єднує порти східного узбережжя Балтійського моря з портами Північного моря, що розміщуються в Північній Німеччині, Бельгії та Нідерландах. Нові та вдосконалені маршрути передбачається впровадити між портами цих двох регіонів, зокрема це будуть залізниці, автошляхи та внутрішні водні шляхи. Найбільш значним проєктом цього коридору є проєкт Rail Baltic. Це залізничний шлях європейських стандартів, що з'єднає Естонію, Латвію та Литву з Польщею. Коридор бере початок в сучасному морському порті Гельсінки (Фінляндія), далі він проходить через три балтійських держави і закінчується у Варшаві (Польща). Звідси він продовжується вже традиційним коридором Схід – Захід через Лодзь, Познань і Берлін і виходить на головні порти західної частини Північного моря (Гамбург, Бремен, Бремерхавен, Амстердам, Роттердам, Моердійк та Антверпен. Коридор має відгалуження до Вентспілсу в Латвії, до Клайпеди та Вільнюсу в Литві та станції Тересполь на польсько-білоруському кордоні.

Цей коридор за останні 5 років був значно поліпшений у частині залізниці та автошляхів у Польщі та переведений на європейський стандарт (1435 мм) існуючої залізничної колії (1520 мм) у країнах Балтії. Цей проєкт і отримав назву Rail Baltic. Зокрема в Латвії така європейська колія збудована на північ та південь від Риги; в Литві

вирішили зберегти колію 1520 мм та додати до неї колію 1435 мм – від польського кордону до Каунасу. У Польщі оновлюється залізнична лінія з Варшави до Білостоку, яка далі буде продовжена до литовського кордону. Також оновлене залізничне сполучення з аеропортом Гельсінки і здійснено декілька автодорожних проєктів у Нідерландах. Передбачається вздовж цього коридору (автошляхи) розгорнути мережу автозаправок для електромобілів та гібридних автівок. Встановлено 2023 р., як дедлайн, для виконання всього проєкту Rail Baltic під ключ.

Головним проблемним моментом цього коридору є створення нової швидкісної двоколійної залізниці європейського стандарту 1435 мм від Таллінна до литовсько-польського кордону та далі до м. Білосток та м. Варшави. Є також проблеми з пропускною спроможністю гінтерланду портів та транспортної інфраструктури великих міст по маршруту коридору. Зокрема відмічається гострота цієї проблеми в порту Амстердаму, тому тут будуються нові мультимодальні потужності. Відповідно актуальним для цього коридору є створення та впровадження системи управління трафіком та мультимодальних портових потужностей – окремо для залізниці (ERTMS -European Rail Traffic Management System) та автотранспорту (ITS – Intelligent Transport System).

3. *Коридор Рейн – Альпи* являє собою один з найбільш завантажених маршрутів вантажних перевезень в Європі. Він з'єднує головні порти Північного моря в Бельгії та Нідерландах з середземноморським портом Генуя (Італія). Регіони, через які він проходить, вважаються одними з найбільш заселених та економічно розвинутих в Європі. Всього більше 70 млн людей живуть, працюють та споживають у прилеглому до цього коридору ареалі. Також тут розміщуються провідні виробничі та торгівельні компанії, фабрики, заводи та центри дистрибуції. Коридор проходить через так звану зону «блакитного банану», що включає головні економічні центри Європейського союзу, такі як Брюссель та Антверпен Бельгії, регіон Рандстад у Нідерландах, німецькі регіони Рейн – Рур і Рейн – Некар, регіон Базель – Цюріх у Швейцарії та регіон Мілан – Генуя у північній Італії. Визначні риси цього коридору – використання річки Рейн, як головного водного шляху Європи; застосування тунелів у Швейцарії, включаючи найдовший та найглибший залізничний Готтарський тунель. Цей тунель, що розміщується під швейцарськими Альпами був відкритий 1 червня 2016 р. Його довжина

57 км, отже він є найдовшим та найглибшим у світі залізничним тунелем. Разом з тунелями Lotschberg та Monte Ceneri Base він дозволяє здійснювати ефективні перевезення вантажів і пасажирів залізницею, підвищуючи конкурентоздатність останньої. Відповідно здійснюється проєкт New Rail Link (Новий залізничний зв'язок) у межах Альпійської програми, результатом чого стало скорочення тривалості подорожі з Цюріха до Мілану на 1 годину.

Оскільки цей коридор вважається «зрілим», то якихось потрібних, але відсутніх ділянок, тут не зауважено. Натомість існують проблеми з пропускною спроможністю через зростаючий трафік. Найбільш гостро вони відчуваються в Німеччині та Італії, де треба збільшувати пропускну здатність цього коридору. Також потрібний кращий зв'язок бельгійської та голландської мереж з мережею Німеччини, особливо між містами Еммеріх та Обергаузен. Також треба працювати над розширенням доріг до тунелів Швейцарії на території ЄС (наприклад, Карлсруе – Базель та швейцарсько-італійський кордон – Мілан/Новара) у світлі того, що тунелі Готтар та Монте Сенері мають збільшену пропускну спроможність для перевезень вантажів та пасажирів. Також слід збільшити пропускну спроможність мультимодальної інфраструктури морських портів.

4. *Коридор Рейн – Дунай* забезпечує головний зв'язок з сходу на захід у континентальній Європі. Його маршрут проходить головним чином річкою Дунай, сполучаючи м.Страсбург у Франції та Південну Німеччину з центрально-європейськими містами Відень (Австрія), Братислава (Словаччина), Будапешт (Угорщина) та Бухарест (Румунія), закінчуючись у чорноморському порту Констанца Румунія). Друга гілка коридору проходить від Франкфурта-на-Майні (Німеччина) до словацько-українського кордону, пов'язуючи Мюнхен (Німеччина), Прагу (Чехія), Жиліну та Кошице (Словаччина). Головні проєкти коридору спрямовані на поліпшення навігації на р.Дунай у всіх причетних країнах. Так, Чеська республіка працює над залізничними проєктами з метою збільшення пропускної спроможності залізничної інфраструктури країни в ході її участі у формуванні трьох коридорів, що проходять її територією – а саме коридор Рейн – Дунай, коридор Середземноморський та Балтійсько-Адріатичний коридор. Румунія фокусується на осучасненні діючої залізниці Брашов – угорсько-румунський кордон, збільшуючи пропускну спроможність ділянки Брашов – Сігішоара. Роботи почалися восени 2017 р. і трохи

затримались через проблеми з поставками. Австрія, Словаччина, Угорщина, Румунія, Хорватія та Болгарія працюють над проєктом FAIRway Danube, метою якого є поліпшити співпрацю між річковими адміністраціями цих країн на справедливих засадах. Для цього передбачені зібрання представників цих країн (два рази на рік) з метою узгодження національних планів управління річковим транспортом на річці Дунай за участю гідрологів та відповідних досліджень з метою забезпечення безпечної та надійної навігації. Проєкт FAST Danube відноситься до румунсько-болгарської ділянки Дунаю з метою розробити інтегровану концепцію покращення навігації, поглиблення дна. З метою поліпшення умов судноплавства та збільшення пропускної спроможності словацької ділянки Дунаю виконується проєкт «Upgrade of the Gabcikovo locks».

5. *Балтійсько-Адріатичний коридор* – одна з найбільш важливих трансєвропейських авто-залізничних осей Центральної Європи. Він з'єднує балтійські морські порти Польщі Гданськ, Гдиня, Щецин, Свиноуйще на півночі з адріатичними портами Копер (Словенія), Трієст, Венеція та Равенна (Італія) на півдні, сполучаючи індустріальні регіони Центральної та Південної Польщі з Чехією, Словаччиною з виходом на австрійсько-словенський кордон і далі – до Італії. Цей коридор охоплює декілька важливих залізничних проєктів, які нині виконуються, включаючи Цеммерингський тунель (Semmering Base Tunnel) та залізнична лінія Коралм (Koralm Railway Line) в Австрії, а також транскордонні автозалізничні переходи між 6 країнами-учасницями коридору. Потужність комунікаційного ланцюга визначається його найслабшою ланкою («горло пляшки»). Тому, інвестуючи у розбудову транскордонних переходів, ми допомагаємо інтенсифікувати міжнародні транспортні потоки через єврокоридори. Балтійсько-Адріатичний коридор все ще має такі «bottlenecks» на 6 залізничних та 2 автомобільних транскордонних переходах, у тому числі на кордонах Польщі – Чехії, Польщі – Словаччини, Чехії – Австрії, Австрії – Словенії, Австрії – Словаччини, Словенії – Італії. Також споруджується тунель та залізнична лінія на «вузьких місцях» транспортної системи Австрії – це власне Цеммерингський тунель та залізнична лінія Коралм. Також в коридорі треба поліпшити транспортну інфраструктуру між основними портами, а також урбаністичними осередками. Останніми роками розвитку коридора приділяється велика увага, перетворюючи його на

ареал розвитку та працевлаштуванням в Центральній Європі. З цією метою виконано 250 ініціативно – інвестиційних проєктів з осучаснення інфраструктури коридору та поліпшення відповідності технічним вимогам TEN-T на загальну суму € 36 млрд. Ще 53 проєкти знаходяться в розробці, їхня мета - повністю усунути «вузькі місця» транспортної системи коридору на підставі двосторонніх угод країн-учасниць. Особлива увага при цьому приділяється Австрії, де будується новий залізничний вокзал у Відні, ведуться роботи по спорудженню 30-кілометрового тунелю Коралм (введення в експлуатацію 2023 р.) та Цеммерингського тунелю (закінчення 2026 р.).

6. *Коридор Північне море – Середземне море* протягується від столиці Шотландії Едінбурга на Півночі до французьких портів Марсель та Фос-сюр-Мер на півдні, при цьому проходячи через Ірландію, Англію, Нідерланди та французьку столицю Париж перед тим, як обігнути французько-німецький кордон у напрямку на південь. По закінченню коридор забезпечить мультимодальні зв'язки між портами Північного моря, важливими європейськими річковими басейнами (річок Маас, Рейн, Шельда, Сена, Саона та Рона) та південними французькими портами Марсель і Фор-сюр-Мер. Він також поліпшить зв'язки між Британськими островами та континентальною Європою. Коридор охоплює пріоритетні проєкти 2, 13, 14, 26, 28 та 30.

На континентальній стороні найбільші проблеми спостерігаються на внутрішніх водних шляхах, де «вузькі місця» знаходяться між Сеною та Шельдою та між Рейном та Роною. Крім цього здійснюється розвиток каналу Сена – Ескот. Також необхідно розбудувати транскордонний залізничний маршрут Брюсель – Люксаембург - Ліон, забезпечивши можливість для автотранспорту. В Об'єднаному королівстві та Ірландії проблемою є залізничне сполучення, особливо на маршрутах Белфаст – Дублін та Дублін – Корк, з метою вирішення цієї проблеми розробляється проєкт Швидкісного транзиту регіону Дублін (The Dublin Area Rapid Transit, DART).

У 2010 р. запущено перший в Європі транскордонний пасажирський залізничний маршрут (Priority Project 2) Лондон – Париж – Брюссель – Кьольн – Амстердам, що включив транскордонні переходи, такі як Євротунель (The Channel Tunnel) і прискорив потоки пасажирів та вантажів між цими економічними центрами. Крім збільшення обсягів трафіку, спостерігались мультимодальні зрушення – у напрямку зменшення

авіаційного та автомобільного руху на користь залізниці з причини істотного скорочення часу подорожі та надання додаткових зручностей. Потяг Євростар нині забезпечує понад 60% трафіку між Лондоном і Парижем. Проєкт швидкісного руху Рейн – Рона має метою з'єднати швидкісну мережу навколо Ліона з мережею швидкісного руху у Східній Франції, Швейцарії та Німеччині. Цей проєкт має три гілки – східну, західну та південну, при цьому східна гілка Діжон -Мюльхауз (190 км) була відкрита ще в кінці 2011 р., що дозволило істотно скоротити час подорожі між Страсбургом та Ліоном з 4 год. 45 хв. до 3 год. 40 хв. (тобто на 1 год. 5 хв.), а між Франкфуртом та Ліоном - на 1 год.15 хв.

7. *Коридор Скандинавія – Середземне море*. Цей коридор являє собою важливу північно-південну вісь європейської економіки. Він протягується від Фінляндії та Швеції на півночі до о.Мальта на півдні, проходячи через Данію, північну, центральну та південну Німеччину, індустріальну північ Італії та порти Південної Італії. Найбільш важливі проєкти коридору є Фіксована лінія Fehmarnbeld та тунель Brenner Base, включаючи їхні лінії під'їзду. Цей коридор має метою зінтегрувати пріоритетні проєкти 1,11,12 і 20, ERTMS Corridor B та залізничний вантажний коридор Скандинавія – Середземномор'я. До проблемних питань цього коридору відносяться насамперед спорудження транскордонного з'єднання між Мюнхеном (Німеччина) і Вероною (Італія), яке є вузьким місцем, вирішити яке допоможе залізничний тунель Бреннер, закінчити будівництво якого заплановано на 2026. Усування цього вузького місця є критичним для функціонування всього коридору між Північною та Південною Європою. Цей тунель разом з тунелями Готтар – Монте у Швейцарії та Ліон – Турин (Франція – Італія) забезпечить безперебійне швидкісне залізничне сполучення, а усі разом вони допоможуть виконати екологічні цілі, поставлені ЄС, забезпечити мультимодальне переключення комунікацій з автотранспорту на залізничний; екологія є дуже важливою для Альпійського регіону. Ще один проєкт - перехід Fehmarnbelt Fixed Link, є критичним для зв'язку центрально-європейських та нордичних країн. Він має метою подолати вузьке місце шляхом побудови авто-залізничного тунелю під протокою Fehmarn, яка має ширину 18 км і з'єднуватиме міста Rodby у Данії та Puttgarden в Німеччині. Після закінчення цього проєкту у 2028 час подорожі між Копенгагеном та Гамбургом буде скорочено на 1 год., а для вантажного залізничного транспорту на 2 год. Успішним вже закінченим проєктом є Oresund Bridge, який включив двопутний

залізничний та чотирьохсмуговий автомобільний міст та тунель під затокою Oresund між Швецією та Данією. Це на сьогодні найдовший залізнично-автомобільний перехід у Європі. Його будівництво почалося 1 липня 2000 р. з передбачуваними коштами € 2,7 млрд. Ще один успішно виконаний проєкт – це швидкісна залізнична лінія Мілан – Рим – Неаполь, яка повністю закінчена із введенням в експлуатацію ділянки Болонья – Флоренція в кінці 2009 р. В результаті час подорожі між Міланом та Римом скоротився з 5 год. до 2 год. 45 хв. Ця ділянка нині приймає 60 % пасажирського трафіку між цими двома містами, який зріс на 25%. Нині ця лінія перевозить 20 млн. пасажирів.

8. *Середземноморський коридор* являє собою головну східно-західну вісь мережі TEN-T на південь від Альп. Він проходить від північно-західного регіону Іспанії і аж до українсько-угорського кордону на сході Угорщини, з'єднує атлантичне узбережжя Іспанії та Франції, перетинає Альпійські гори й іде на схід через Італію, Словенію і Хорватію, і далі через Угорщину до українського кордону. Коридор складається з автодорожної та залізничної частин, що йдуть узбережжям річки По, включає декілька каналів у Північній Італії та річку Рону на ділянці від Ліона до Марселя. Цей коридор має довжину біля 3 тис. км, забезпечує мультимодальний зв'язок портів західного Середземномор'я з центром ЄС. Він також забезпечує зв'язок з заходу на схід через південні країни ЄС, робить внесок у переключення з автодоріг на залізниці у таких екологічно чутливих регіонах як Піренеї та Альпи, нарешті з'єднує головні урбанізовані ареали ЄС між собою трасами швидкісних залізниць. Прикладом успішних проєктів цього коридору є високошвидкісна залізниця Мадрид – Барселона (621 км), що сприяло переключенню пасажиропотоків з авіаційного та автотранспорту і зумовило зменшення часу подорожі між двома містами з 5 годин до 2 год. 38 хв. Ця лінія була продовжена у напрямку Франції через транскордонний тунель Perpignan – Figueres і таким чином з'єднала Іспанію з транс-європейською мережею швидкісних залізниць. Але до цього часу залишається проблемна ділянка транскордонного залізничного руху Ліон – Турін (Франція – Італія), а також транскордонні переходи в Словенії, Хорватії та Угорщині. Також треба розвивати мультимодальні сполучення портів Іспанії та Франції та модернізувати деякі залізничні ділянки в Італії та Франції, щоб усунути вузькі місця. Ще один виклик це різна ширина залізничної колії в Іспанії (1668 мм) та в інших країнах ЄС (1435 мм).

9. *Східно-Середземноморський (Балто-Чорноморсько-Егейський) коридор* з'єднує значну частину Центральної Європи з Північним, Балтійським, Чорним і Середземноморським морями. Працює над проблемами розвитку портів цих морів як потужних мультимодальних логістичних платформ і забезпечення економічних центрів Центральної Європи сучасним мультимодальним з'єднанням з Motorways of the Sea. Коридор включає річку Ельбу, як головну внутрішню водну магістраль з метою поліпшити мультимодальні зв'язки між північною Німеччиною, Чеською республікою, Угорщиною та Південно-Східною Європою. Також коридор забезпечує поліпшений зв'язок з Кіпром. Європейська комісія дала завдання поліпшити залізничний зв'язок між Будапештом та Софією і Афінами через Тімішоару, Відін-Калафат і Салоніки. Поки що ця лінія не є повністю в дії і потрібні зусилля для її розвитку та закінчення. Проблемними залишаються мультимодальні зв'язки між Угорщиною, Болгарією, Румунією та Грецією, де потрібна грунтовна модернізація та нове будівництво.

22.3. Характеристика Горизонтальних пріоритетів TNT

Система управління європейським залізничним рухом (European Rail Traffic Management System, ERTMS) – це єдина інтероперaційна система на залізничному транспорті ЄС, яка має замінити більш ніж 20 різних національних систем з контролю і управління, які існують нині в Європі. Провадження цієї системи дозволить здійснити розширену транскордонну інтероперaційність, маючи метою створити єдину систему залізниць європейського мірила. ERTMS вважається великим індустріальним проєктом, у якому беруть участь 8 європейських компаній – членів UNIFE (Alstom Transport, Ansaldo STS, AZD Praha, Bombardier Transportation, CAF, Mermec, Siemens Mobility та Thales) в тісній співпраці з Європейським союзом, стейкхолдерами залізниць і членами Глобальної системи мобільних комунікацій на залізниці (Global System for Mobile Communications – Railways, GSM-R). ERTMS складається з двох компонентів: а) European Train Control System (ETCS) – Європейська система контролю потягів; це спільна автоматична система захисту потягів, що має замінити більш ніж 20 систем контролю у сучасній Європі; б) Global System for Mobile Communications – Railways (GSM-R) – Глобальна система мобільних комунікацій; це система радіозв'язку для забезпечення голосових і цифрових повідомлень між потягом і вантажівкою, яка має базою стандарт мобільного зв'язку GSM, використовуючи частоти, спеціально

зарезервовані для залізниці. Нині всі операційні системи країн ЄС на залізниці працюють окремо і це потребує значних інтеграційних та інженерних зусиль, щоб забезпечити їхню сумісність, збільшуючи загальну вартість доставки для транскордонного руху. Такий стан обмежує конкурентоспроможність європейського залізничного транспорту у порівнянні з автотранспортом і це створює технічні бар'єри у міжнародній доставці вантажів і пасажирському русі. Отже, впровадження ERTMS є ключом для поліпшення транскордонних сполучень, збільшення потужності міжнародних та пасажирських потоків, полегшення поставок товарів, і найважніше підвищення стандартів безпеки. Поліпшуючи конкурентоспроможність залізниці ERTMS також допомагає оптимальному розподілу вантажо- та пасажироруху між залізницею та автотранспортом і це сприяє поліпшенню екологічного стану. 2015 р. Європейська комісія запровадила допоміжну програму для ERTMS, керувати якою створено Deployment Management Team (DMT) – Група управління розгортанням. Ця програма повинна забезпечити ефективне, синхронізоване і вчасне провадження ERTMS у системі європейських коридорів. Група управління при цьому повинна забезпечити підтримку стейхолдерам проєкту ERTMS у формі технічних знань, економічного та фінансового нагляду та консультацій. Також DMT має випускати регулярний журнал новин з інформацією про поточний стан справ у стейкхолдерів проєкту ERTMS. Останній є у стадії провадження у ЄС, тому тісні зв'язки між DMT та різними проєктами ERTMS забезпечуватимуть ефективний зворотній зв'язок з метою усунення проблем і труднощів при виконанні проєктів.

Морські шляхи (Motorways of the Sea, MoS) – це морська підстава TEN-T. Вона складається з прибережних маршрутів портів, прилеглої морської інфраструктури, устаткування і адміністрування з необхідними формальностями MoS має метою полегшити створення Європейського морського транспортного простору без бар'єрів, з'єднуючи сухопутні коридори, інтегруючи морські лінії з хінтерландом. Таким чином створюється комерційно вигідна і екологічно стала альтернатива автотранспорту MoS має подвійний ефект: по-перше, вона полегшує доступ до ринків в усій Європі; по-друге, вона полегшує напругу, яка існує в перевантаженій системі автотранспорту Європи. Концепція MoS базується на меті ЄС забезпечити екологічно чисту, безпечну та ефективну транспортну систему шляхом перетворення морських перевезень в реальну

альтернативу перевантаженому наземному транспорту MoS скерована на те, щоб провадити нові інтермодальні логістичні морські ланцюги постачань з тим, щоб здійснити структурні зміни в інтегрованих транспортних системах доставки вантажів «від дверей до дверей». У цьому напрямку MoS:

- допомагає провадженню безбар'єрної політики у європейському морському просторі та стратегії розвитку морських перевезень;
- робить значний внесок у зменшення викидів CO_2, тобто зменшення викидів парникових газів у атмосферу, що має надзвичайну можливість в контексті кліматичних змін;
- впроваджує нові логістичні ланцюги, що базуються на використанні морського транспорту забезпечуючи функціонування інтегрованої транспортної системи «від дверей до дверей».

MoS використовує потужний потенціал морського транспорту як підстави міжнародної торгівлі. MoS усуває вузькі місця в європейській транспортній системі, забезпечуючи ефективніші та якісніші морські зв'язки та сервіси між країнами-членами ЄС. Використовуючи діючі успішні морські маршрути, MoS має метою усунути вузькі місця в європейській транспортній системі, і, таким чином, забезпечити більш ефективну логістику у зв'язках країн-членів ЄС.

До успіхів MoS можна віднести:

*Екологія***:**

- реально діюча система забезпечення потреб країн ЄС у LNG (Liquid Natural Gas – зріджений природний газ) в регіоні Північне море – Балтійське море;
- виконання проєкту «Blue Baltics» (Блакитна Балтика) – створення інфраструктури LNG в регіоні Балтійське море;
- виконання проєкту «Poseidon Med II» - перехід до LNG, як джерела пального для морського транспорту в Східно-Середземноморському регіоні.

Логістика, управління морським трафіком:

- проєкт «Коридори свіжої їжі» (Fresh Food Corridors): тестування та впровадження екологічної інтермодальної транспортно-логістичної системи руху вантажів морським та залізничним транспортом між Середземномор'ям та Північною Європою;

- проєкт перевірки системи управління морським трафіком (Sea Traffic Management).

Безпека :

- проєкт «Picasso» (Пикасо) з попередження морських інцидентів та нещасних випадків у морському трафіку.

Проблемними питаннями MoS є:

- узгодження з вимогами 2015 MARPOL Annex VI (Regulations for the Prevention of Air Pollution from Ships) усіх кораблів, які діють в SECAs (Sulphur Emission Control Areas, Зона контролю викидів сірки);
- впровадження надійної системи альтернативного пального, включаючи розробку необхідних технологій, інфраструктури, вимог безпеки та регулятивної бази для альтернативного пального;
- розробка технологій усунення операційного забруднення, тобто системи очистки викидів та системи внутрішньої циркуляції води;
- створення необхідної інфраструктури в портах і на інтермодальних лініях – як морської, так і суходільної.

Україна увійшла до TEN-T 2017 р. Відповідно до Індикативного інвестиційного плану Єврокомісії з розвитку коридорів TEN-T в Україні планується реалізувати проекти на загальну суму 4,45 млрд.євро і це є найбільшим показником серед усіх держав Східного партнерства.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Що таке TNT та її роль в єврологістиці та логістиці туризму?
2. Який склад та основні проекти TNT?
3. Скільки і яких єврокоридорів виділяють у TNT?
4. Скільки і яких Горизонтальних пріоритетів виділяють у TNT?
5. Охарактеризуйте Атлантичний коридор TNT з точки зору розвитку туризму.
6. Охарактеризуйте Коридор Північне море - Балтійське море з точки зору розвитку туризму.
7. Охарактеризуйте Коридор Рейн – Альпи з точки зору розвитку туризму.
8. Охарактеризуйте Коридор Рейн – Дунай з точки зору розвитку туризму.
9. Охарактеризуйте Балтійсько-Адріатичний коридор з точки зору розвитку туризму.
10. Охарактеризуйте Коридор Північне море – Середземне море з точки зору розвитку туризму.
11. Охарактеризуйте Коридор Скандинавія - Середземне море з точки зору розвитку туризму.
12. Охарактеризуйте Середземноморський коридор з точки зору розвитку туризму.
13. Охарактеризуйте Східно-Середземноморський (Балто-Чорноморсько-Егейський) коридор з точки зору розвитку туризму.
14. Охарактеризуйте Горизонтальний пріоритет TNT - Систему управління європейським залізничним рухом .
15. Охарактеризуйте Горизонтальний пріоритет TNT – Морські шляхи.

РОЗДІЛ 23. ЛОГІСТИКА УРБОТУРИЗМУ В УМОВАХ ОВЕРТУРИЗМУ

23.1. Овертуризм: актуальність, зміст, причини, особливості

Зовсім недавно, у 2016 р., у фаховій туристичній літературі з'явився такий новий термін, як «overtourism» (у перекладі з англ.– надлишковий туризм). Цей термін відображає виклики щодо управління зростаючими туристичними потоками у міських (урбо) дестинаціях та вплив урботуризму на міста та їхніх мешканців. Нині половина населення світу живе в урбанізованих ареалах, а за оцінками, до 2050 р. цей показник сягне 70%. Зростаюча кількість урботуристів збільшує споживання природних та туристичних ресурсів міст, здійснює соціокультурний вплив та зростаючий тиск на міську інфраструктуру. Тому для урботуризму нині важливим завданням є ефективне управління потоками урботуристів з метою забезпечення позитивних наслідків їхнього відвідання міст як для місцевих мешканців, так і для самих туристів. Ще задовго до того, як виник термін «overtourism», ЮНВТО визначила поняття туристичної місткості (пропускної спроможності), «як максимальну кількість людей, що можуть відвідати туристичну дестинацію одночасно без здійснення деструктивного впливу на природне, економічне та соціокультурне середовище та погіршення якості туристичних продуктів, що надаються». Це поняття пов'язане з категорією сталого туризму: туризм тільки тоді вважатиметься сталим, коли враховуватиме інтереси як відвідувачів, так і місцевих громад. Ця мета може бути досягнута через участь громад (місцевих влад) у розвитку туризму, управлінні туристопотоками, зменшенні сезонності туризму, ретельному плануванні туризму в дестинаціях, яке враховує їхню туристичну спеціалізацію та диверсифікацію турпродуктів, а також максимально можливу туристичну місткість. Вирішити проблеми, що стоять перед урботуризмом, сьогодні є набагато складнішим питанням, ніж раніше здавалося. Тому існує нагальна потреба створити дорожню карту сталого розвитку урботуризму та розглядати цей розвиток як складник більш широкої програми комплексного розвитку міст. Нині туризм є одним з небагатьох секторів світового господарства, що постійно зростає, забезпечуючи при цьому соціоекономічний розвиток, зайнятість, розвиток інфраструктури та експортні (валютні) доходи.

Тому є важливим, навіть критичним, забезпечити узгодження розвитку урботуризму з розвитком міст у світовому порядку денному. Про це нагадує «Нова програма ООН з розвитку міст», що вказує на 17 цілей їх сталого розвитку, при цьому особливо слід виділити Ціль 11 «Зробити міста інклюзивними, безпечними, пружними та сталими», яка повинна стати обов'язковою для всіх країн світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій виявив, що в Україні ця тематика є практично невідомою, публікацій практично немає, є тільки згадки про проблему овертуризму у світовому туризмі та її зв'язок з динамічним розвитком урботуризму. Натомість, проблемі сталого розвитку урботуризму присвячені деякі праці авторів. Про актуальність теми, що розглядається у статті, свідчить дослідження, яке було виконане на замовлення ЮНВТО у 2017 р. «Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions» (пер. з англ. «Овертуризм? Розуміння і управління зростанням урботуризму».

За декілька останніх десятиріч чисельність міського населення, як і територія міст, динамічно зростали та трансформувалися. Згідно даних ООН у 1990 р. 43% світового населення проживало в урбанізованих ареалах, на 2019 р. цей показник склав 55% та очікується його зростання до 60% у 2030 р. Разом з прискореною урбанізацією у світі спостерігається зростання урботуризму через те, що міста вважаються дуже популярними дестинаціями для бізнесового та пізнавально-відпочинкового туризму. Причинами цього явища є економічний розвиток та збільшення доходів населення, зменшення транспортних тарифів, розвиток туристичної інфраструктури та зростання середнього класу як в економічно розвинутих, так і в країнах, що розвиваються. За останні десятиріччя кількість міжнародних туристів зросла з 20 млн у 1950 р. до більше 1,3 млрд осіб у 2019 р. ЮНВТО прогнозував, що світовий туризм буде динамічно розвиватися і далі – з середньорічним темпом 3,3% за рік до 2030 р., коли чисельність туристів у світі досягне 1,8 млрд осіб. Пандемія Covid-19 внесла свої корективи у ці показники: 2020 р. обсяги світового туризму (чисельність туристів та відповідний дохід) скоротилися в 2 рази. Але вже з 2021 р. почалося стрімке відновлення світового туризму і незабаром він не тільки компенсує втрати від Covid-19, але й перевищить доковідні показники внаслідок підвищеного попиту на дорогий, коштовний відпочинок

внаслідок ефекту відкладеного попиту, про що буде у наступних розділах.

Нині дохід, що отримується як від внутрішнього, так і міжнародного туризму, є важливим чинником соціо-економічного та культурного розвитку багатьох міст та міських агломерацій. Разом з тим, зростання урботуризму призводить до появи різноманітних викликів щодо забезпечення сталого зростання та практик, які б мінімізували від'ємний вплив туризму в містах, зокрема з надмірного використання, а іноді вичерпання природних ресурсів, соціокультурного впливу, зростаючого навантаження на інфраструктуру та управління мобільністю та концентрацією (скупченнями) туристів. Останніми роками ці виклики також супроводжувались збільшенням пропозиції проживання туристів у містах через нові віртуальні платформи туристичного сервісу. Як результат, число туристів в містах зросло настільки, що з'явились випадки негативного ставлення місцевого населення до туристів, зокрема через явища надмірного їх зосередження, особливо у центральних дільницях міст, надмірного галасу та засмічення, а також інших незручностей, пов'язаних з туристами. Справа навіть дійшла до протестів місцевого населення проти туристів у деяких містах та до виникнення термінів «овертуризм» та «туризмофобія» та їхнє використання у ЗМІ (доковідні реалії, а також, дуже можливо, післяковідні).

Що ж розуміється під назвою «овертуризм» і коли з'явився цей термін? 2016 р. його вперше запровадила консалтингова компанія «Skift, Inc.» та відповідно запатентувала. Ця компанія надає послуги з інформаційно-маркетингового забезпечення глобальної індустрії туризму та гостинності, існує з 2012 р. Компанія одразу орієнтувала цей термін на урботуризм під гаслом: «Майбутнє світу – міста. Майбутнє туризму – в містах. Майбутнє туризму – смарт-міста, які мають бути зручними як для туристів, так і для місцевих мешканців. Розвиток смарт-міст веде до появи ери туристичної смарт-мобільності». Вже виникло декілька дефініцій цього терміну. Зокрема, університети – учасники міжнародного проєкту «Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions» (про що буде нижче) визначили «овертуризм», як «негативний вплив туризму та дестинацію або її частини внаслідок надмірної кількості туристів, що відчувають як місцеве населення (через погіршення умов (якості) життя), так і туристи (через погіршення якості

турпродукту, що надається)». Інше визначення «овертуризму» належить Партнерству відповідального туризму: «Коли господарі чи гості, місцеві жителі або візитери дестинації відчувають, що туристів забагато і через це якість життя у цій дестинації чи якість відвідування значно погіршились, при цьому часто господарі та гості відчувають це погіршення одночасно». Отже, «овертуризм» є протилежним поняттям по відношенню до «відповідального туризму», метою якого є розвивати туризм таким чином, щоб зробити дестинацію найкращим місцем як для життя місцевих мешканців, так і для відвідування туристами. По суті, коли говориться про «овертуризм», то йдеться про відсутність ефективного управління та неконтрольований розвиток туристичних потоків у містах. Між тим із зростанням числа туристів туризм повинен розвиватися та управлятися на засадах сталого розвитку як для відвідувачів, так і для місцевих громад. Це і є ключем до розуміння та управління явищем «овертуризму». Розвиток туризму є шансом для громад та їхніх мешканців отримати доходи від туризму, саме тому відносини між туристичною галуззю та громадами повинні зміцнюватись. Цю мету можна досягти шляхом участі громади у розвитку туризму на її території, зокрема, застосовуючи менеджмент туристичних скупчень, зменшення сезонності туризму, ретельне планування розвитку туризму з врахуванням туристичних можливостей території та туристичної спеціалізації дестинації та диверсифікації туристичного продукту. При цьому знову ж таки набуває важливого значення поняття туристичної місткості дестинації, яка визначається ЮНВТО, як «Максимальне число людей, що можуть відвідати туристичну дестинацію одночасно без нанесення шкоди природному, економічному та соціокультурному середовищу та неприйнятного погіршення якості туристичних послуг та вражень». Правильне визначення кількісних параметрів (показників) туристичної місткості дестинації є важливим завданням для туроператорів та місцевих туристичних влад. Визначаючи та створюючи механізми з моніторингу та управління туристичними потоками та скупченнями, туристичними місткостями дестинацій та параметрами необхідних змін, доцільно застосовувати кількісні та якісні індикатори, щоб отримати комплексний вираз туристичного впливу на дестинацію. При цьому слід врахувати такі особливості явища туристичного перевантаження («овертуризму») у містах:

1. Коли говориться про *туристичне перевантаження міста*, то йдеться не

стільки про чисельність туристів, скільки про туристичні потужності, щоб їх прийняти. Так, є міста які успішно справляються з великою кількістю туристів, у той час як інші не можуть собі дати раду з значно меншими туристичними потоками. Щоб краще зрозуміти причини туристичного перевантаження, визначимо три головних його причини: 1.1. Надто велика кількість туристів у місті, ще й підсилена явищем сезонності, яке зумовлює різке зростання чисельності туристів у пікові сезони, що часто дратує місцевих мешканців. Ця причина викликає туристичне перевантаження особливо в окремих ділянках міст, коли містяни відчувають, що у місті не залишилось місць відпочинку, де б не було туристів. 1.2. Значний негативний туристичний вплив на функціонування міста, коли перебування туристів створює проблеми для місцевих мешканців, зокрема, це можуть бути автомобільні затори на вулицях через стоянки туристичних автобусів, або незручності при прогулянках містян головними вулицями та площами через юрби туристів. Також сюди відносяться такі явища, як черги в ресторанах та кав'ярнях, надмірний галас, штовханина, дрібні крадіжки та інші проблеми, причинами яких можуть бути як туристи, так і місцеві мешканці. 1.3. Надмірний розвиток тзв. туристичної економіки, тобто надання різноманітних послуг спеціально для туристів, що теж викликає невдоволення містян. Це може бути надмір готелів, ресторанів, розважальних та торгівельних закладів у центрах міст, орієнтованих, головним чином, на туристів.

2. *Туристичне перевантаження*, як правило, має скоріше локальний, ніж загальноміський вираз. Надмірний туристичний тиск відчувається переважно в центральних, найбільш популярних ділянках міст з високою концентрацією туристичних атракцій. У той же час навіть у найбільш відвідуваних містах можливо знайти місця, де туристів мало або зовсім немає, при цьому ці місця можуть знаходитись буквально біля туристичних атракцій або центральних дільниць. Тому у пошуку рішень проблеми «овертуризму» в містах важливо проаналізувати територіальний розподіл туристопотоку з визначенням місць і причин туристичного перевантаження.

3. *Туристичне перевантаження у містах* не є проблемою, пов'язаною виключно з туризмом. Туристичне перевантаження особливо відчувається, коли ресурси та інфраструктура міста відчувають надмірний тиск. Однак не тільки туристи

користуються цими ресурсами та інфраструктурою, оскільки у цьому з ними конкурують місцеві мешканці та приїжджі. Це явище особливо відчувається у сфері оренди житла, де за найм житла (готелів, апартаментів, хостелів) туристи конкурують з місцевим попитом. Отже, вирішення проблеми туристичного перевантаження міст («овертуризму») вимагає комплексного, всебічного підходу.

4. *Використання технологічних та смарт-рішень* є важливим у вирішенні проблеми «овертуризму» в містах, але без поєднання з іншими підходами, воно буде неефективним. Так, смарт-технології вважаються найбільш придатними до вирішення проблеми надмірних туристопотоків у містах, але без врахування викликів, які висуває вимога сталості урботуризму у сенсі тісної кооперації багатьох учасників у довготерміновому аспекті, рішення буде неефективним, особливо коли є конфлікт інтересів учасників.

Про актуальність теми, що розглядається, та необхідність кращого розуміння сутності завдань, що стоять перед управлінням світовим урботуризмом у контексті «овертуризму» та сталого розвитку, свідчить те, що на замовлення ЮНВТО 2017 р. було виконано дослідження під назвою «Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions» (пер. з англ. – Овертуризм? Розуміння та управління зростанням урботуризму понад відчуттями) з аналізом і рекомендаціями на підставі використання даних 8 європейських міст, а саме: Амстердама, Барселони, Берліна, Копенгагена, Лісабона, Мюнхена, Зальцбурга та Таллінна. Дослідження було виконане науковцями Центру експертизи рекреації, туризму та гостинності Університету Бреда (Нідерланди), Європейського інституту туризму майбутнього Університету Стенден (Нідерланди) за підтримки Європейської туристичної асоціації та міських влад відповідних міст. За результатами дослідження виконана оцінка сприйняття туризму і туристів мешканцями європейських міст та розроблена програма заходів з метою забезпечення дисперсії туристичних потоків у містах.

23.2. Логістичні особливості урботуризму

Урботуризм сьогодні стає все більш популярним як в Україні, так і в світі. Він має свої особливості, пов'язані з високою концентрацією туристів на обмеженій території міст, особливо їх центральної та історичної частин. У зв'язку з цим виникає проблема надмірного зростання туристичного навантаження на ресурсну базу

туризму в містах (овертуризму), що може призвести до його погіршення та деградації. Вирішити цю проблемуможна за допомогою інтегрованого логістичного підходу до сталого розвитку урботуризму. Увага до даної проблеми в науковій літературі поки що недостатня, хоча в практичному управлінні розвитком міського туризму ця проблема вже добре відома і відображена у розробці та прийнятті відповідних документів, наприклад, у м.Львові, де було прийнято «Концепцію децентралізації туризму». Метою дослідження є виявлення змісту, сутності та особливостей комплексного логістичного підходу (стратегії) до сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму на прикладі українських міст. Слід зазначити, що у цьому контексті постає питання про сутність логістики потоків послуг (включаючи туристичні послуги) та її відмінності в порівнянні з логістикою товарних потоків. В останньому випадку все зрозуміло: є виробники товарів та їхні споживачі. Відповідно, товари виробляються, зберігаються, транспортуються і споживаються. Таким чином, товарні потоки стають потоками товарів за їхнього транспортування від виробників до споживачів, відповідно їх можна відчути, виміряти, зберегти, надіслати, отримати, спожити. Якщо це міжнародний потік товарів, то він включає експорт та імпорт, відповідно, є країна-експортер з пунктом (портом) відправлення, країною-імпортером з пунктом (пунктами) отримання та, можливо, країною-транзитером, через які проходять транзитні товарні потоки. Що стосується потоків послуг, то тут ситуація інша і визначається відомими особливостями послуги, як товару. Отже, послуга є нематеріальною, її не можна зберігати і складувати, вона невіддільна від виробника і споживача. За цих обставин розмова про потік послуг виглядає, за нашою думкою, нонсенсом. Але вихід з цієї складної ситуації існує – за допомогою «револьверного» принципу логістики послуг, запропонованого авторами раніше. Цей принцип відображає той факт, що у кожному виді послуг можливо обрати один головний потік (ГП) і кілька допоміжних, обслуговуючих потоків (ДП), використовуючи метод якісного аналізу. Наприклад, у туристичних послугах ГП – туристопотік, ДП – інформаційний, фінансовий, кадровий, матеріальний, товарний; в освітніх послугах ГП – потік студентів, ДП – інформаційний, кадровий, фінансовий, матеріальний; у торгівельних послугах ГП – потік покупців, ДП – товарний, інформаційний, фінансовий, кадровий,

матеріальний; у міжнародній торгівлі ГП – зовнішньоторговельний потік товарів (експорт, імпорт), ДП – митно-інформаційний, митно-фінансовий, кадровий, матеріально-технічний; у транспортних послугах ГП – потік транспортних засобів, ДП – інформаційний, кадровий, матеріальний тощо. При цьому обсяг додаткових потоків по відношенню до головного визначається за допомогою нормативного методу, коли існують певні нормативи, що стосуються, наприклад, кількості викладачів для певної кількості студентів тощо. Кожний ГП проходить через відповідну приймаючу інфраструктуру з трьома варіантами логістичної ситуації: а) потужність потоку значно менше, ніж пропускна спроможність інфраструктури; б) потужність потоку дорівнює пропускній спроможності інфраструктури; в) потужність потоку перевищує пропускну спроможність інфраструктури. З цих трьох варіантів тільки перший можна визнати за задовільний: коли головний потік вільно проходить через приймаючу інфраструктуру. Інші два варіанти не є задовільними, оскільки виникають черги через те, що ГП не може вільно проходити через приймаючу інфраструктуру (за варіанта б) така ситуація можлива навіть при незначному збільшенні потужності ГП). В цілому, з точки зору логістики, виникнення черг вказує на виникнення проблем у проходженні ГП, тому одним із завдань логістики у сфері послуг є виявлення і усунення черг. Для туризму, як і для інших галузей сфери послуг, ці положення залишаються актуальними, тобто визначається єдина задовільна ситуація (логістична модель), коли ГП (потік туристів) вільно проходить через туристичну інфраструктуру, або туристичний об'єкт. Але, у той же час, логістична модель, що відноситься до галузей сфери послуг, може мати два різновиди: м'який та жорсткий. Перший означає, що у випадку збільшення ГП існує можливість збільшення пропускної спроможності інфраструктури. Така модель є типовою, наприклад, для торговельних закладів (супермаркетів), коли із збільшенням кількості покупців відкривається більше касових вузлів, і потік клієнтів вільно проходить через них. Другий різновид – жорстка модель – означає неможливість збільшення пропускної спроможності інфраструктури за зростання ГП. За цих умов для забезпечення вільного проходження ГП необхідно застосувати заходи з його регулювання (обмеження). Такі заходи можуть бути адміністративними (наприклад, дозвіл на проходження потоку у певних проміжках часу), або

фінансовими (встановлення певної ціни «вхідного квитка» для учасника). Саме ця модель притаманна туризму та готельно-ресторанному бізнесу. Зокрема, в туризмі це пояснюється тим, що кожен туристичний об'єкт (ресурс) є унікальним, тому при зростанні туристичного потоку неможливо перевести його на інший такий об'єкт, оскільки, наприклад, єгипетські піраміди не мають аналогів, як і Джомолунгма – найвища гора світу у Непалі. У випадку готельно-ресторанного бізнесу кожен готель і ресторан мають певну кількість місць, а коли всі вони вже заповнені гостями (туристами), то неможливо прийняти якесь додаткове число клієнтів. Звісно, можна побудувати новий готель або ресторан, але це потребуватиме часу.

Отже, логістична модель, що використовується в туризмі, повинна мати форму жорсткої логістичної моделі у сфері послуг. Враховуючи специфіку туризму, основою функціонування якого є туристичні ресурси, матеріально-технічна база (або інфраструктура) та вхідні туристичні потоки, можна використати *базову логістичну модель сталого розвитку туризму*, яка включатиме три варіанти: принципову, розширену та стратегічну моделі. *Принципова логістична модель* сталого туризму використовує три складники (логістичний потенціал туристичних ресурсів – ЛП ТР, логістичний потенціал матеріально-технічної бази туризму – ЛП МТБ та логістичний потенціал вхідного туристичного потоку – ЛП ТП), які з'єднані між собою згідно формули: ЛП ТР > ЛП МТБ ≥ ЛП ТП. У ній перше рівняння є запобіжником першого ступеня щодо збереження туристичних ресурсів, а друге, крім того, що служить запобіжником другого ступеня, також має метою забезпечити бізнесову ефективність використання туристичних ресурсів. Також при цьому можливі інформаційні потоки двох типів: 1) від ЛП ТР до ЛП МТБ (інформація про обсяг максимально можливого потоку туристів для конкретного ресурсу (об'єкта), що надається державним органам (на нашу думку, вона обов'язково повинна вказуватися у рекреаційному паспорті ресурсу (об'єкта); 2) від ЛП МТВ до ЛП ТП (це інформація, яку туроператори, які зазвичай володіють матеріально-технічною базою туризму в дестинаціях, надають туристичним агенціям – скільки та які тури пропонуються до продажу). У цій моделі загальним показником сталого (збалансованого) розвитку туризму виступає поняття логістичного потенціалу (ЛП), яке по відношенню до рекреаційних і туристичних ресурсів означає максимально можливу кількість відвідувачів (туристів) за певний

період часу (день, місяць, сезон, рік), яка б не зашкодила стану туристичного ресурсу (об'єкта), екологічній ситуації та забезпечила необхідний рівень комфорту для туристів і не завдала шкоди умовам життя місцевого населення. При цьому слід враховувати, що у разі перевищення логістичного потенціалу туристичних ресурсів виникають різноманітні ризики, зокрема: а) екологічний (погіршення стану природного середовища); б) деструктивний (пошкодження туристичного ресурсу (об'єкта); в) медичний (погіршення самопочуття і здоров'я туристів); г) безпековий (загострення проблеми безпеки туристів). Логістичний потенціал туристичних ресурсів рекомендується визначати з урахуванням їх поділу на природно-рекреаційні, культурно-історичні, подієві та штучно створені (кожен з них, своєю чергою, має подальший поділ та особливості визначення логістичного потенціалу).

Наступним варіантом логістичної моделі сталого туризму є *регіональна логістична модель*, яка, з одного боку, пов'язує регіони попиту на туристичні послуги з ресурсною базою туризму (вертикальний зв'язок), а з іншого – пов’язує розвиток матеріально-технічної бази туризму з виробництвом супутніх послуг та туристичних товарів у певній дестинації (пункті призначення), через яку проходить певний туристичний потік (горизонтальний зв'язок). Визначальним складником цієї моделі є туристично-ресурсний потенціал дестинації, який проявляється у моделі через логістичний потенціал туристичного ресурсу і визначає чисельність туристів та кількість турів, дані про які направляються в регіони попиту для продажу туристичних послуг. Оптимальний потік туристів у дестинації, визначений таким чином, узгоджується, з одного боку, з обсягом виробництва супутніх послуг (які включають розваги, торгівлю, банківську діяльність, страхування, прокат тощо),а з іншого – з обсягами виробництва туристичних товарів (сувенірів, товарів народних художніх промислів, спортивних та туристичних товарів). Теоретичною основою розширеної логістичної моделі є застосування у туризмі відомого у логістиці «PULL- підходу», який полягає у тому, що величина туристичного потоку в певному туристичному регіоні (дестинації) повинна регулюватися і визначатися логістичним потенціалом ресурсної бази туризму, тобто не перевищувати гранично допустимого рівня, після досягнення якого виникають різноманітні проблеми та ризики, що знижують якість відпочинку та ефективність туризму.

Нарешті, третім і останнім варіантом логістичної моделі сталого туризму є *стратегічна модель*, метою якої є визначення різновиду логістичної моделі сталого розвитку туризму в дестинації та відповідної стратегії розвитку останньої. Для цього попередньо слід здійснити логістичну оцінку туристичних ресурсів, тобто розрахувати логістичний потенціал ресурсної бази туризму (ЛП РБТ), визначити логістичний потенціал матеріально-технічної бази туризму (ЛП МТБ) та логістичний потенціал вхідного туристопотоку (ЛП ТП). Наступним кроком є складання логістичної моделі сталого розвитку туризму та визначення її різновидів, які можуть включати: а) модель розвитку туризму; б) кризову модель; в) модель розвитку МТБ. Для першого різновиду моделі дотримується наступне рівняння: ЛП РБТ >>ЛП МТБ ≈ ЛП ТП; для другого різновиду: ЛП РБТ << ЛП МТБ ≈ ЛП ТП; для третього різновиду: ЛП РБТ > ЛП МТБ < ЛП ТП. Отже, *модель розвитку туризму* відповідає ситуації, за якої логістичний потенціал ресурсної бази туризму суттєво перевищує логістичний потенціал матеріально-технічної бази туризму і відповідного туристичного потоку (ЛП МТБ і ЛП ТП у більшості випадків – близькі величини). За цією моделлю рекомендується стратегія та відповідні заходи, скеровані на розвиток туризму в дестинації, через розвиток МТБ та посилення маркетингової та рекламної діяльності для більшого залучення туристів тощо. Навпаки, *кризовий різновид моделі* виникає тоді, коли потенціал ресурсної бази туризму по відношенню до прийому туристів значно менше внаслідок надмірного туристичного навантаження (овертуризму), що стимулюється розвитком матеріально-технічної бази. Ця модель передбачає іншу стратегію, яка включає заходи щодо обмеження туризму шляхом стримування будівництва нових об'єктів МТБ та відповідно зменшення вхідного потоку туристів. Важливими складниками цієї моделі є також екологічні та просвітницькі заходи, спрямовані на збереження та відновлення ресурсної бази туризму та постійний контроль (моніторинг) її стану. Останній компонент є потрібним також у моделі розвитку туризму та у моделі розвитку МТБ (розглянута нижче), у яких також необхідно передбачити заходи зі збереження та підтримки сталого розвитку туризму у довгостроковій перспективі. Третім різновидом стратегічної моделі сталого туризму є *модель розвитку матеріально-технічної бази туризму*. На даний час вона спостерігається в основному в пострадянських країнах (включаючи Україну), коли присутні потужна ресурсна база

туризму і значні туристичні потоки, але відстає розвиток матеріально-технічної бази туризму (совітський спадок) як за обсягами (потужністю), так і за якістю послуг (особливо у порівнянні з міжнародними стандартами). Логістична стратегія сталого туризму за цим різновидом моделі рекомендує, насамперед, заходи з термінового розширення туристичної МТБ у дестинації, що може принести значний соціально-економічний ефект та бізнесові прибутки за порівняно невеликих витрат.

23.3.Логістика сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму

Туризм є одним з найбільш динамічних секторів економіки регіонів та міст. Актуальними проблемами в цьому відношенні є завдання забезпечення сталого розвитку туристичної індустрії в містах (або урботуризму). Особливо це стосується найпопулярніших напрямків серед туристів, зокрема столичних та історичних міст, які залучають значні туристичні потоки. Останнє означає збільшення туристичного навантаження на ресурсну базу існуючих міст, а також на всю міську економіку, населення, розвиток і природу. У цьому контексті завдання сталого розвитку туризму в містах вимагає консолідації зусиль різних наукових і практичних напрямів, серед яких важливе місце належить логістиці туризму, що вивчає потокові явища у туристичній галузі, виділяючи туристичний трафік (туристопотік), як головний потік, а фінансовий, інформаційний, товарний, кадровий, матеріальний потоки, як обслуговуючі (додаткові). Завданням логістики туризму в контексті сталого розвитку туристичної індустрії є регулювання головного потоку (туристопотоку), що забезпечить збереження ресурсної бази туризму в містах з метою сталого розвитку туристичної діяльності. Ця проблема зараз досить помітна не тільки в містах – найбільших туристичних центрах світу, але й у багатьох містах України. Це стосується, наприклад, Львова, Києва, Одеси та інших міст України – популярних туристичних центрів. Проблема туристичного перевантаження Львова останнім часом досить відома, про що йшлося, зокрема, в авторських публікаціях [17]. Тому, за нашою думкою, є на часі розробка *Комплексної логістичної стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму*. Ця стратегія, розроблена авторами, базується на чотирьох концепціях. Перша – концепція децентралізації туризму, друга – концепція зворотної логістики, третя – концепція впливу маркетингу на логістику, четверта – концепція підвищення вимог до безпеки туристів (рис. 23.1).

Перша концепція – децентралізації туризму – передбачає необхідність ефективної логістичної організації туристичної території міста (ЛО ТТМ). Основними компонентами ЛО ТТМ є: 1) геологістична ідентифікація ресурсної бази туризму; 2) логістичне планування туристичних потоків; 3) логістичне проєктування туристичної інфраструктури; 4) логістичне проектування ланцюгів постачання об'єктів туристичної інфраструктури. Зазначимо, що ці питання дуже актуальні для Києва, де збільшення туристичного навантаження на ресурсну базу міського туризму вже призвело до випадків фізичного знищення деяких з найбільш відвідуваних туристичних об'єктів. Це стосується не тільки старовинних споруд Києва, але й тих, які нещодавно були відновлені. Такі випадки включають, наприклад, не тільки фонтан Самсона на Подолі, а й пам'ятник Магдебурзького права, що розташований на Набережному шосе.

Що стосується Львова, то тут таких випадків менше (можливо, через якісне історичне австрійське будівництво), але вони все ж таки теж є. Вищевикладені положення враховує «Концепція децентралізації туризму», нещодавно прийнята у Львові, яка передбачає, зокрема, туристичне «розвантаження» його середмістя (площі Ринок та проспекту Свободи) за рахунок: 1) створення «другого центру» міста шляхом активного задіяння у туризмі проспекту Шевченка (цікавий об’єкт серед інших тут – кав’ярня «Шкоцька» («Шотландська», нині ресторан), пов’язана з діяльністю в ній у довоєнний період тзв. «Львівської математичної школи» під керівництвом Стефана Банаха; 2) розширення туристичної території міста за рахунок периферійних дільниць – Сихова, Майорівки тощо (видано путівник «Туристичний Сихів»); 3) запровадження екскурсії «Львів+» з відвідинами Жовкви (бувшої королівської резиденції) та Дрогобича (будинку знаменитого митця Бруно Шульца, пам'ятника Юрію Дрогобичу – професору Болонського університету, та найстарішої солеварні в Україні). Додамо, що увага приділяється і розвитку туризму у центрі міста, але при цьому реалізується вимога його туристичного розвантаження шляхом: а) розробки підземного туристичного маршруту від вежі Корнякта до площі І.Підкови з створенням підземного музею Львова у підземеллях Ратуші; б) відкриття нових ресторанів на площі Ринок, але на найвищих поверхах будинків, це «Найвища ресторація Галичини» та «Дуже висока кухня»; ці концептуальні заклади творять нову сторінку львівської гастрономії і належать відомій компанії «Концерн емоцій !FEST».

Використання другої концепції має метою забезпечення повної переробки загального обсягу міських відходів, включаючи туристичні, у т.ч. від ресторанів та кав'ярень. Недивно, що туристичний рекорд Львова (2,6 млн. туристів у 2017 р. – перше місце серед міст України) збігся з «сміттєвою кризою» у цьому місті. Проблему міських відходів можна вирішити на основі двох підходів – транспортного та логістичного. До недавнього часу у Львові

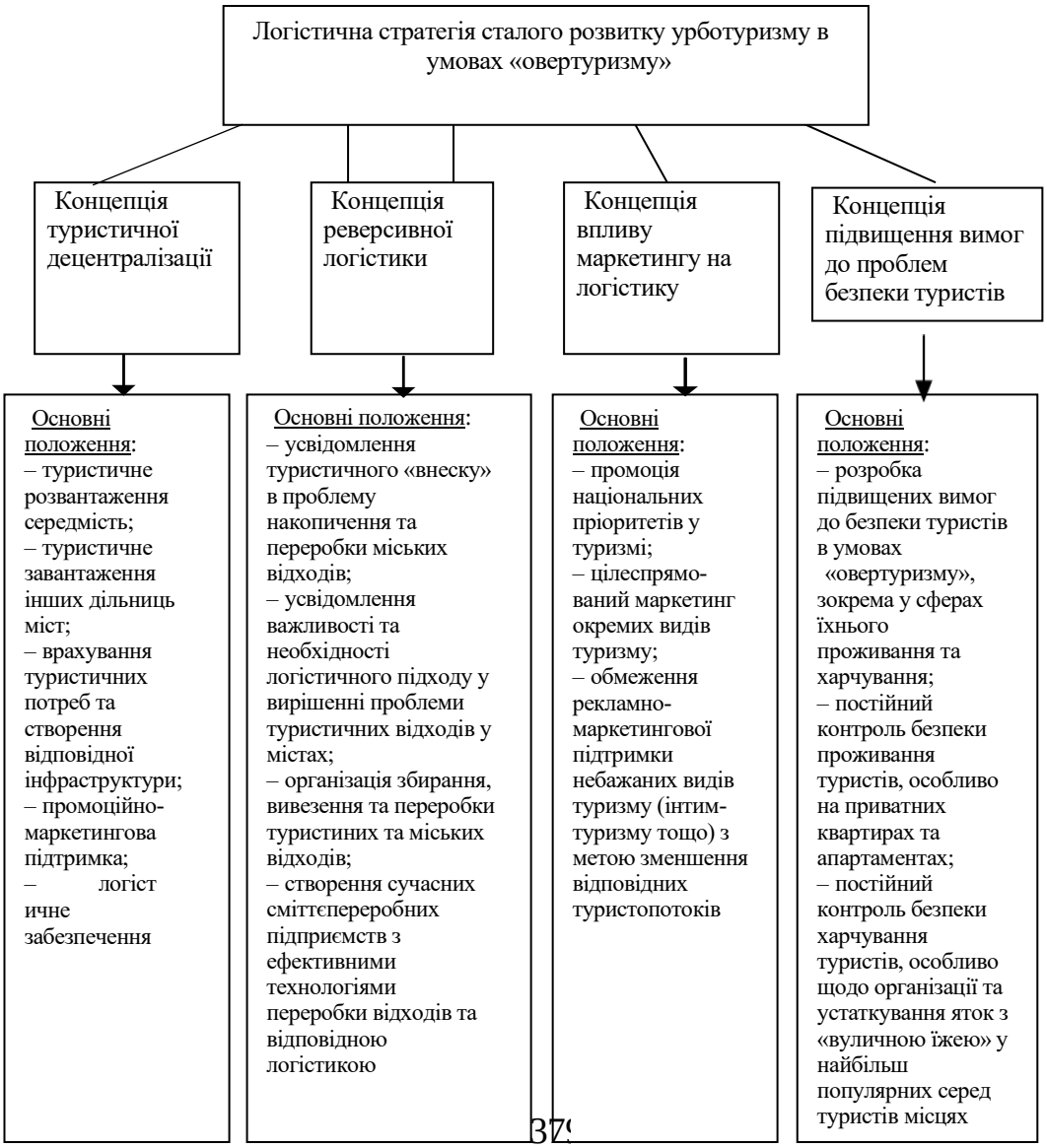


Рис. 23.1. Концептуальна база Комплексної логістичної стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах «овертуризму»

переважав перший підхід (коли транспортні компанії отримували «завдання» з вивезення міських відходів на сміттєзвалища). І лише потім керівництво міста звернулося до логістичного підходу, тобто до використання «зворотної» логістики.

Нині Львів закінчує спорудження найсучаснішого в Україні сміттєпереробного комплекс. Одночасно ще у листопаді 2018 р. місцева влада обмежила використання пластикових пакетів, а з 9 квітня 2019 р. у місті стартувала трьохмісячна просвітницька компанія «Без поліетилену». Зокрема, магазини Львова відмовились від пластикових пакетів, пропонуючи покупцям альтернативну упаковку. Нині така практика впроваджена і в Києві. Ресторани та кав'ярні Львова також використовують екологічні підходи у своїй діяльності, зокрема з використання та переробки відходів.

Таким чином, використання *другої концепції, тобто концепції зворотної логістики* (рис.23.1), має метою забезпечити повну переробку загальної кількості міських відходів, зокрема твердих побутових відходів. Зауважимо, що слід виокремлювати міські комунальні відходи та такі, що є результатом перебування туристів. Доказом того, що туристичні відходи займають значну частку в загальноміському обсязі відходів, є їхнє пікове збільшення, особливо у центральних районах міст, після будь-яких свят (мінімум на третину). Наприклад, з центру Києва після фінального матчу Ліги чемпіонів 26 травня 2018 р. за один день було вивезено більше 212 т сміття! Слід зазначити, що існує певна специфіка проблеми збирання сміття у місті, його вивезення та переробки. Так, збирання сміття має свої особливості залежно від відстані від центру міста (у центрі його більше); вивезення відходів з міста може здійснюватися або на звалища (сміттєві полігони), або на підприємства для спалювання та утилізації відходів; розташування підприємств з переробки відходів може бути у межах міста чи за його межами, нарешті ці підприємства можуть відноситися до спеціалізованих закладів або закладів інших галузей, таких як целюлозно-паперова. Знання з географії целюлозно-паперової та скляної промисловості можуть допомогти у вирішенні проблеми вивезення відходів з міст та їхньої подальшої переробки. Так, біля Львова розташований Жидачівський ЦПК, а біля Києва – Обухівський КПК і Гостомельський скляний завод, які купують значну частину сировини (до третини) за кордоном. І це у той час, коли у Львові, як і у Києві існують великі проблеми з вивезенням та переробкою твердих побутових (включаючи макулатуру) та інших (включаючи скляні та пластикові пляшки) видів відходів.

Відзначимо, що туристи залишають після себе багато відходів, особливо у центрі міст. Це прямі відходи. Крім цього, є непрямі відходи, це відходи готелів, ресторанів,

кафе, яких у центрі Львова в останні роки з'явилися багато. Ці відходи вимагають також ефективних технологій збору, вивезення та переробки – така можливість забезпечується «зворотною логістикою». Зазначимо, що проблему міських відходів можна вирішити на основі двох підходів – транспортного та логістичного. До недавнього часу у Львові переважав перший підхід, який полягав у наймі транспортних посередників (компаній), які зобов'язувалися (за дуже пристойну оплату) знайти відповідні полігони і вивезти туди міські відходи. Але, як показав досвід, це не вирішувало проблему відходів. І тоді керівництво міста звернулося до логістичного підходу, тобто до використання «зворотної» логістики, коли були проаналізовані не тільки вхідні потоки до міста (включаючи потоки туристів, товарів, сировини, палива тощо), а й вихідні потоки (серед них потоки відходів). Логістична наука та практика розробили пропозиції щодо ефективного управління такими потоками та їх комплексної переробки на спеціалізованих закладах (підприємствах з переробки відходів). Такі підприємства можуть бути збудовані за відносно короткий час, а відповідні інвестиції можуть бути як міжнародними, так і внутрішніми. Саме такий досвід репрезентує Київ, де обсяг відходів становить 3000 т на добу, але їх зберігання та переробка успішно здійснюються, по-перше, на полігоні біля с. Підгірці; по-друге, на Бортницькій станції аерації (БАС); і по-третє, на сміттєспалювальному заводі «Енергія», що у Дарниці. Київ активно залучає міжнародні досвід та інвестиції, тому БАС нині модернізується за участю японських компаній, а у м. Фастів побудовано завод з переробки пластикових відходів з китайською участю (відповідно, в Києві створено пункти збирання пластику). Наступну ідею нової технології управління міськими відходами мер Києва В.Кличко привіз із відрядження до Берліна. Це встановлення у місті підземних сміттєвих баків, які поступово замінять традиційні контейнери для сміття. Таким чином, старі урни, які ще «працюють» в столиці України і не відповідають потребам киян і гостей міста, будуть замінені новими сучасними. Цей досвід вже використовують і у Львові.

Третя концепція – впливу маркетингу на логістику – відображає ще один проблемний аспект «овертуризму», пов'язаний з різким збільшенням кількості туристів у Львові, про який попереджали американські експерти, які допомагали у розробці Туристичної концепції Львова: як тільки туризм почне динамічно розвиватися, серед

гостей міста з'являться ті, хто завітав за інтим-послугами. Подібний шлях пройшли багато міст світу, які розвивали туризм. Щорічно, за даними ЮНВТО, у світі більше 3 млн. туристів подорожує з метою сексуальних послуг, а оборот цієї «галузі» оцінюється обсягом 100 мільярдів доларів США. Звісно, секс-туризм розвивається переважно у бідних країнах, куди туристи з заможних країн подорожують з певними цілями. Популярне італійське видання La Repubblica присвятило статтю сучасним сексуальним дестинаціям світу, серед яких, поряд з Таїландом, Бразилією, Камбоджею, Кубою, Бангладеш, Колумбією та Болгарією, також згадувалась Україна. До недавнього часу до українських міст, де існував інтим-туризм, як вважає La Repubblica, відносили Одесу, Київ, Харків. Львів відносно недавно приєднався до них, хоча до Другої світової війни це було сервісне місто з численними готелями, ресторанами, казино. «Це був європейський Лас-Вегас», – розповідає про тогочасний Львів відомий ресторатор А.Худо, співзасновник львівського Холдингу емоцій «! FEST «. З сучасним розвитком туристичної та курортної інфраструктури м.Львів знову повертається до довоєнної господарської структури, і це викликає занепокоєння у деяких містян. А. Худо також зазначає, що потік секс-туристів до Львова різко збільшився після девальвації гривні, коли відпочинок в Україні став доступним навіть для іноземців з скромними доходами. «Сприяє» цьому процесу швидкий розвиток туристичної інфраструктури міста в останні роки з багатьма розкішними готелями, клубами та ресторанами, а також географічна близькість до країн ЄС, безвізовий режим з Україною, збільшення розмаїття польотів до Львова з багатьох країн, включаючи бюджетні авіакомпанії. За цих умов, на нашу думку, завдання влади та представників національної та регіональної туристичної індустрії полягає у тому, щоб Україна (зокрема, її найбільші міста, такі як Київ, Львів, Одеса, Харків тощо) пов'язувалась в уяві іноземців передусім з історичними та архітектурними цінностями, природними ресурсами, гастрономією та культурою.

Можна запитати, де ж тут зв'язок з логістикою? Відповідь наступна: метою логістики є дослідження потокових процесів у господарстві з метою їх оптимізації. Економічні потоки (включаючи потоки туристів) пов'язують між собою такі складники ринку, як попит і пропозицію. Виробництво (пропозиція) застосовує різноманітні маркетингові та рекламні технології, щоб привабити споживачів з їхнім платіжоспроможним попитом. З іншого боку, як відомо, буде попит – буде і

пропозиція. Але якщо немає пропозиції та її маркетингової підтримки, то попит зменшиться, або зникне взагалі. Застосовуючи ці міркування до ситуації з інтим-туризмом у великих містах – туристичних центрах України, можна передбачити, що якщо не буде активної реклами пропозиції з боку закладів відповідної інфраструктури (нічних клубів, джентльмен-клубів, стрип-барів тощо), то і потоки туристів-споживачів цього «тур-продукту» істотно зменшаться.

На противагу інтим-туризму Львів уже декілька років розвиває конференц-туризм. Тільки за 2019 (доковідний) р. у місті було проведено 430 ділових заходів, серед яких були потужні міжнародні конференції, які відвідало біля 100 тис. учасників, з них 11% іноземців і 82% – з України. Конференц-туризм є дуже вигідним для міста, оскільки один учасник витрачає $ 414 на день, мешкають учасники у чотиризіркових і п’ятизіркових готелях. Львів першим в Україні заснував у 2013 р. конференц-бюро. За 2019 р. конференц-туристи витратили у Львові майже 900 млн грн., у т.ч. заклади харчування заробили 206 млн грн., на відпочинок і розваги ділові делегати витратили 150 млн грн., на проживання – ще 131 млн. Прямий економічний ефект від цього виду туризму склав 775 млн грн., податків сплачено 188 млн грн. При цьому у конференц- індустрії Львова було зайнято 5,8 тис. осіб. Чого бракує Львову – це великих конференц-залів на 5 тис. учасників, як, наприклад, у польському Кракові, відповідно є попит на конференц-готелі міжнародного рівня. Тоді б конференц-туризм приніс би місту ще більші прибутки та дивіденди.

Нарешті, *четверта концепція – підвищення вимог до проблем безпеки туристів* відображає необхідність застосування підвищених вимог до безпеки туристів в умовах зростання їх кількості («овертуризму»), коли, за логікою, слідує і зростання частоти різноманітних випадків, пов’язаних з порушеннями правил безпеки туристів, що може призвести до трагічних випадків та, навіть, загибелі людей. Основні положення цієї концепції передбачають: а) розробку підвищених вимог до безпеки туристів у умовах «овертуризму», зокрема у сферах їхнього проживання та харчування; б) постійний та суворий контроль безпеки проживання туристів, особливо на приватних квартирах та апартаментах; в) такий же контроль безпеки харчування туристів, особливо щодо його організації та устаткування яток з

«вуличною їжею» у найбільш популярних серед туристів локаціях міст; г) контроль міського туристичного транспорту, у т.ч. туристичних автобусів, екскурсійних «потягів», туристичних карет тощо.

Отже, динамічний розвиток урботуризму в умовах овертуризму викликає низку проблем, серед яких можна відзначити туристичне перевантаження міст, особливо їх центральних та історичних частин; руйнування багатьох історичних і архітектурних об'єктів та пам'ятників; збільшення обсягу міських відходів, у тому числі туристичних; випадки інтим-туризму; недотримання правил безпеки туристів у сферах їхнього проживання та харчування з трагічними наслідками тощо. Рішення більшості з цих проблем можливе на основі застосування комплексної логістичної стратегії, запропонованої автором. Отже, логістичний підхід, застосований, зокрема у «Концепції туристичної децентралізації м.Львова», має бути поширений на всі інші аспекти туристичного господарства міста, включаючи управління відходами, використання новітніх технологій та залучення національних та міжнародних інвестицій. Ці рекомендації стосуються не тільки Києва та Львова, але й інших міст – значних туристичних центрів України – Харкова, Дніпра, Одеси тощо.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Розкрити поняття та сутність явища овертуризму у світовому туризмі.
2. Назвіть та обґрунтуйте основні риси овертуризму.
3. Яке спеціалізоване дослідження було виконане з овертуризму на замовлення UNWTO та якими силами?
4. Урботуризм: розкрийте значення та особливості.
5. Які приклади овертуризму в урботуризмі можна навести в Україні?
6. Яка роль маркетингу та логістики в подоланні явища овертуризму (на прикладі урботуризму)?
7. Накреслити у вигляді таблички основні концепції та складники логістичної стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму.
8. Обґрунтувати роль маркетингу для сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму та навести приклади з української туристичної практики.
9. Розкрити сутність концепції туристичної децентралізації, як складника Логістичної стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму .
10. Розкрити сутність концепції реверсивної логістики, як складника Логістичної стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму.
11. Розкрити сутність концепції впливу маркетингу на логістику, як складника Логістичної стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму.
12. Розкрити сутність концепції підвищення вимог до безпеки туристів, як складника Логістичної стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму.

Розділ 24. ЛОГІСТИКА ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОСТОРУ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ (НА ПРИКЛАДІ САКРАЛЬНОГО ТУРИЗМУ)

24.1. Логістичний чинник ефективної організації туристичного простору на засадах сталого розвитку (на прикладі м.Львова та м.Києва)

Важливим важелем сталого розвитку туризму на засадах сталого розвитку у Львові, Києві, Харкові та в інших великих та малих містах України, які є значними туристичними центрами, виступає не тільки маркетинговий, але й логістичний чинник, що потребує його теоретичного та методичного осмислення та обґрунтування. Сталий туризм (англ. Sustainable Tourism) – поняття, про актуальність якого нині годі й нагадувати. Так, у ЄС про це наголошується у документі «Європа, як найпопулярніший туристичний напрям у світі, - нові політичні рамки для європейського туристичного сектору». Згідно з Лісабонським договором головним завданням Європейської туристичної політики є стимулювання конкурентності туристичного сектору, яка у довготерміновій перспективі спирається на стратегію рівноваги та сталості розвитку цього сектору. Ця стратегія включає чотири основних положення, які, своєю чергою, охоплюють низку заходів у їхніх межах. По-перше, це стимулювання конкурентності туристичного сектору в Європі; по-друге, це розвиток сталого туризму високої якості; по-третє, позиціонування обєднаної Європи як системи сталих туристичних напрямів високої якості; по-четверте, використання потенціалу різних сфер політики та фінансових інструментів ЄС на користь розвитку сталого туризму. Заходи та фінансове забезпечення розвитку туризму у прикордонних областях України (Львівській, Волинській, Закарпатській) передбачені у рамках Європейського інструменту сусідства і партнерства (ЄІСП) – ініціативи ЄС, метою якої є розвиток співробітництва між ЄС та партнерськими країнами для забезпечення інтегрованого і сталого розвитку прикордонних регіонів. Складником ЄІСП є програма добросусідства «Польща - Україна»; у межах якої фінансуються різноманітні проекти в Україні, зокрема, «Підземний Львів».

Як відомо, розрізняють екологічну, економічну та соціальну сталість. Але в туризмі, основу якого складають туристичні ресурси (і, в першу чергу, природно-рекреаційні, культурно-пізнавальні, подієві тощо), вимога сталості відноситься, перш за все, до необхідності збереження, постійного відновлення та розвитку його

ресурсної бази, що і складатиме підставу екологічного, економічного та соціального вимірів сталого розвитку туризму. Про це доводиться нагадувати, оскільки число туристів у світі постійно зростає (станом на 2019 р. (доковідний) воно перевищило 1,5 млрд. осіб), а ресурсна база для задоволення їх туристичних потреб залишається незмінною і обмеженою туристичними можливостями (ресурсами) Землі (якщо не рахувати космічний туризм, але він є поки що закоштовним, щоб набути масового характеру). Отже, без регулювання туристичних потоків, раціоналізації їхнього географічного розподілу, ефективної логістичної організації туристичного простору проблему забезпечення сталого характеру туризму вирішити неможливо. Звідси зрозуміла актуальність використання в туризмі логістичних та геологістичних підходів (логістики туризму) у різноманітних проєктах його розвитку на підставі сталості, зокрема у Києві, Львові та інших містах-туристичних центрах України. Зокрема, у Львові на рівні управління туризму Львівської міської ради значна увага приділяється геологістичному аналізу та упорядкуванню (оптимізації) туристичних потоків та маршрутів з тим, щоб туристи не скупчувалися одночасно в центральній частині міста, зокрема, на площі Ринок та проспекті Свободи, де зосереджено основні туристичні об’єкти (рис. 24.1). З цією метою розробляється проєкт, щоб перерозподілити туристичний потік по не менш цікавих місцях міста за межами центру.



Рис. 24.1. Львів. Площа Ринок

У Києві у ході реконструкції Подолу, зокрема Контрактової площі та вул. Сагайдачного, планується створити єдиний туристичний простір від вул. Володимирської та Андріївського узвозу до вул. Григорія Сковороди та вул.

Андріївської. Центром туристичного та культурного «тяжіння» Подолу має стати Контрактова площа, на підставі якої буде створено туристичний простір для людей (туристів) усіх вікових категорій та інтересів з режимом пріоритетного пішохідного руху. Практично уся південна частина Подолу – це територія, що належить до заповідника «Стародавній Київ», де сконцентровано велику кількість історичних та архітектурних пам'яток, тому тут і повинна бути сформована пішохідна, туристична, культурна зона. Відповідно буде змінено схему організації транспортного руху. Багато вулиць Подолу стануть з однобічним рухом, кількість перетинів потоків пішоходів та автівок зменшиться з 24 до 2-3. За розрахунками фахівців, пропускна спроможність вулиць Подолу за такої транспортно- логістичної схеми у два рази перевищить існуючу, середня швидкість руху авт зросте з 6,5 до 22 км/год., а пішоходи отримають пріоритет у русі через проїжджу частину за рахунок підняття рівня пішохідних переходів до височини тротуарів.

Така увага до Подолу пояснюється тим, що останнім часом саме сюди, а також до «Верхнього міста» переміщуються основні туристичні потоки з Хрещатика. Більшість киян та гостей міста нині воліють відпочивати не на головній вулиці столиці, а в інших місцях. Поділ, Контрактова площа, Поштова площа, набережна Дніпра, Михайлівська та Софіївська площа останніми роками приймають найбільші свята, тому саме сюди йдуть люди у вихідні та святкові дні. При цьому враховується і екологічна ситуація, оскільки експерти вже давно попереджали про перевищення рівня шкідливих викидів, зокрема CO, CO_2, NH, тощо на Хрещатику, Бесарабській площі, вул. Басейній у зв'язку з надмірними автопотоками та вказували про небезпеку прогулянок для людей у цій зоні. Департамент транспортної інфраструктури КМДА інформує, що отримує звернення киян та гостей міста з тим, щоб перенаправити основні пішохідні маршрути до найбільш затребуваних історичних та архітектурних пам'яток, зокрема, до Андріївського узвозу, Володимирської гірки, Володимирського проїзду, Михайлівського та Софіївського соборів, а також Контрактової, Поштової площ, набережної Дніпра, вул. Сагайдачного. Там люди найчастіше гуляють, а гості столиці прагнуть побувати у першу чергу. Саме там зосереджені цікаві туристичні об'єкти та головні пам'ятки архітектури, зокрема церкви в стилі Українського бароко. При цьому усі названі

місця знаходяться в зоні пішохідної доступності та пов'язані між собою фунікулером. Тому вирішувати дилему, де відмовитися від руху транспорту по вихідних днях – на Хрещатику чи у «Верхньому місті» (а саме ця проблема є найбільш обговорюваною нині серед киян), слід вирішувати з урахуванням вищенаведених міркувань та, в першу чергу, думки мешканців Києва. Це питання буде розглядатися пізніше, коли закінчиться реконструкція Поштової площі та буде наведено лад з іншими пішохідними зонами вихідного дня міста, де розміщені найважливіші туристичні об'єкти. Отже, на перший погляд, у Києві найбільш гострою проблемою є не надмірна концентрація туристів у центральних частинах міста, а надмірна концентрація тут автомобільного трафіку. Між тим комплексний логістичний підхід вимагає врахування особливостей руху як туристичних потоків, так і потоків автомобільного транспорту в центральних частинах міст, щоб попередити надмірні скупчення туристів і відповідних транспортних засобів з метою збереження ресурсної бази туризму, поліпшення екологічної ситуації, покращення рівня туристично-екскурсійного обслуговування та якості готельно-ресторанного сервісу тощо.

Структура та складники логістичної організації туристичного простору міста (ЛО ТПМ) показані на рис 24.2. Основні складники ГЛО ТПМ включають, по-перше, геологістичну ідентифікацію ресурсної бази туризму; по-друге, геологістичне планування туристопотоків, по-третє, геологістичне проектування туристичної інфраструктури, по-четверте, геологістичне проектування ланцюжків поставок. Перший складник охоплює географічну та логістичну ідентифікацію туристичних ресурсів міста. Географічна ідентифікація ресурсної бази туризму означає геопросторову локалізацію туристичних ресурсів (об'єктів). Останні виступають у ролі «туристичних магнітів», що притягують туристопотоки на певну територію. При цьому значна територіальна концентрація туристичних ресурсів (об'єктів) викликає концентрацію та накладання туристопотоків. Ці міркування слід враховувати при створенні та розміщенні нових туристичних об'єктів (наприклад, пам'ятників), які не слід «втискувати» до перезавантажених туристичними ресурсами центральних ділянок міст. Отже, замість надмірної концентрації туристичних об'єктів рекомендується їх дисперсія, тобто розосередження на певній

території. Логістична ідентифікація туристичних ресурсів означає визначення логістичного потенціалу кожного туристичного об’єкту, тобто максимально можливого туристопотоку, який не зашкодить сталому розвитку туризму і стану туристичних ресурсів. При цьому слід розрізняти одночасну кількість туристів на об’єкті, їхню кількість за день (з урахуванням коефіцієнту ротації), за місяць, за сезон, нарешті, за рік. Геологістична ідентифікація виконується з урахуванням поділу туристичних ресурсів (об’єктів) на культурно-історичні (пам’ятники, музеї, театри тощо), архітектурні (історичні та сучасні), подієві (різноманітні заходи громадсько-культурно-розважального характеру), штучно створені (парки розваг).

Другий складник базується на визначенні величини та структури туристопотоків та відповідних потреб туристів, які можна поділити на потреби першого порядку (лавочки, урни, біотуалети легке харчування, обмін валюти) та другого порядку (сувеніри, інформаційні матеріали, преса та туристичні товари) а також логістичні потреби, що необхідні для задоволення потреб туристів (це потреби відповідних потужностям туристопотоків логістичних потужностей, транспортних мереж та ланцюжків поставок).

Третій складник передбачає логістичне проєктування туристичної інфраструктури для задоволення потреб туристів, зокрема, потреб першого порядку (туристична інфраструктура першого порядку – заклади легкого харчування, пункти обміну валюти), потреб другого порядку (туристична інфраструктура другого порядку – кіоски з продажу сувенірів, преси та інформаційних матеріалів, магазинчики туристичних товарів тощо) та відповідної логістично-транспортної інфраструктури для забезпечення потреб інфраструктурних об’єктів першого та другого порядку. При цьому враховуються особливості їхнього розміщення на певній території.

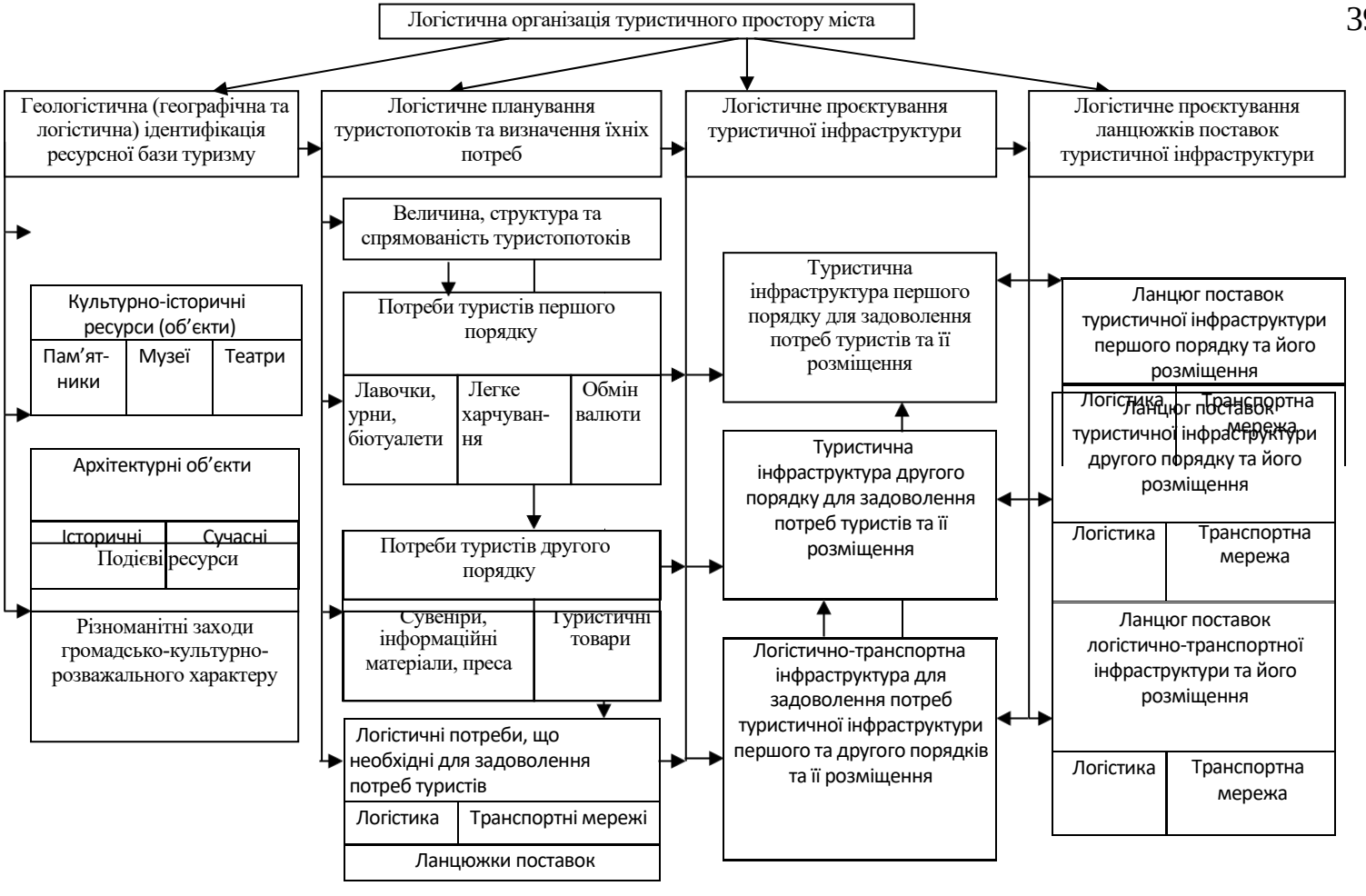


Рис. 24.2. Логістична організація туристичного простору міста: структура та складники

Четвертий складник передбачає логістичне проєктування ланцюжків поставок для забезпечення туристичної інфраструктури першого та другого порядків та логістично-транспортної інфраструктури з виділенням логістичної та транспортної складових у їхньому складі та з ураховуванням особливостей їхнього розміщення.

24.2. Логістичний чинник у забезпеченні сталого розвитку сакрального туризму

Питання логістики туризму, регулювання туристичних потоків та туристичного навантаження на ресурсну базу туризму є особливо актуальними у випадку сакрального (релігійного) туризму та паломництва. За Ф. Шандором та М. Кляпом, сакральний (релігійний, паломницький) туризм – різновид релігійного туризму, пов'язаний з наданням послуг і задоволенням потреб туристів, що прямують до святих місць і релігійних центрів, що знаходяться за межами звичайного для них середовища. Релігійний туризм поділяється на такі основні різновиди (рис.24.3): а) паломницький туризм – подорожі представників різних конфесій з паломницькими цілями; б) релігійний туризм екскурсійно-пізнавальної спрямованості – відвідання місць, пов’язаних з історією релігій; в) сакральний туризм – відвідання святих місць та сакральних об’єктів різних релігій їхніми адептами з релігійною метою (не просто подивитися, а доторкнутися до святині з метою зміцнення своєї віри); г) езотеричний туризм – поїздки з метою розширення традиційного релігійного світосприйняття, здійснення філософського пошуку в процесі подорожі. Сакральні туристичні об’єкти – це архітектурні комплекси чи окремі будівлі, в яких відбулися (відбуваються) важливі релігійні події або в них зберігаються історичні релігійні пам’ятки, що приваблюють туристів та стають метою їхньої туристичної подорожі. До таких об’єктів належать: храми (церкви, собори), монастирі, мегаліти, кірхи, мечеті, дацани, костели, пагоди, синагоги, цвинтарі, мавзолеї, окремі могили тощо.

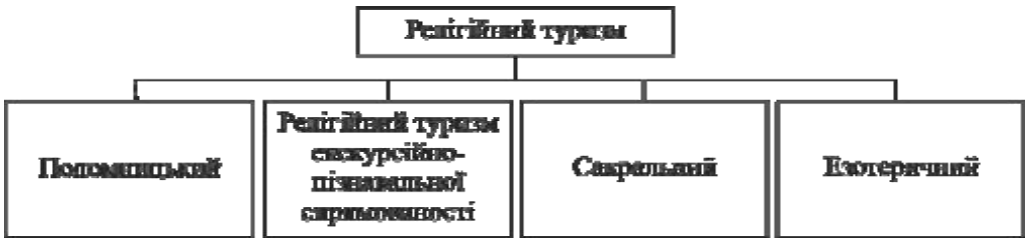


Рис. 24.3. Сакральний туризм у складі релігійного туризму

Оскільки такі туристи і прочани не задовольняються простим оглядинами відповідних об'єктів, вони прагнуть до безпосереднього контакту з ними (доторкнутися, потерти, поцілувати, відгризти, відколоти шматочок і забрати з собою тощо). І це зрозуміло, оскільки такі туристи (особливо прочани) приходять до сакрального об'єкту не просто з туристичної цікавості, а з певною потребою (життєвою проблемою до вирішення), що може стосуватися релігійних чинників, стану здоров'я, особистих, родинних, кар'єрних та інших негараздів. Згідно Ф. Шандора та М. Кляпа це особлива полімотиваційна модель туристичної поведінки, що складається з аффективного та ціннісно-раціонального типів поведінки, притаманних релігійному (сакральному) туризму, паломництву, ностальгійному туризму. Така підвищена «агресивність» туристичного споживання щодо туристичних об'єктів (ресурсів), притаманна сакральному туризму, вимагає обов'язкового передбачення і застосування ефективних заходів щодо збереження та захисту його об'єктів (ресурсів). Подібні захисні заходи можуть застосовуватися як на локальному (огорожі, матеріальні копії, віртуальні моделі об'єктів, їх зберігання у музеях тощо), так і на державному рівнях (заборона вивезення туристами за межі країни речей, фрагментів, що мають історичну, археологічну, антикварну цінність). Як видно з табл. 24.1, вперше захисні заходи з метою збереження об'єкту сакрального туризму (спорудження огорожі) були застосовані у 1831 р. у соборі Нотр-Дам-де-Шартр (м. Шартр, Франція) з метою збереження дерев'яної статуї тзв. «Чорної мадонни». Бронзова скульптура Св. Петра, що знаходиться з XIII ст. у соборі Св. Петра (Ватикан), не була захищена від прочан, тому ступня правої ноги, доступна їм, за століття, що минули, стала помітно тоншою. Загадкові кам'яні скульптури тзв. «Культури Сан-Агустіна» у Колумбії стали предметом масового вивезення за кордон, тому уряд цієї країни заборонив вивезення археологічних знахідок з країни ще в 1907 р. Нині подібні заборони діють у Греції, Туреччині, Єгипті. Незважаючи на це, нещодавно два німецьких студенти відкололи шматок всередині знаменитої піраміди Хеопса (Єгипет) та нелегально вивезли його до

Німеччини, нібито щоб перевірити вік піраміди. І хоча було отримано сенсаційний результат (20 тис. років), викраденому у такий спосіб каменю серед науковців та досліджувачів довіри немає.

Нині для збереження ресурсної бази сакрального туризму виготовляють копії об'єктів та показують туристам. Це можуть бути також цифрові та лазерні копії, можливі за сучасних технологій. Так, компанія Factum Arte спеціалізується на створені цифрових копій культурних цінностей, що знаходяться під загрозою зникнення. Саме у такий спосіб було створено точну копію гробниці Тутанхамона в м. Луксорі (Єгипет), яку нині і показують туристам замість автентичної. А справжня золота маска цього фараона знаходиться у постійній експозиції Єгипетського музею у Каїрі. У серпні 2015 р. підчас ремонту освітлення у музеї співробітники випадково відкололи від маски бороду та приклеїли її назад епоксидною смолою, що незабаром було виявлене. Були припущення, що експонат незворотньо зіпсовано, але після півріччної праці реставраторів відновлена маска повернулась до музею. За цю справу персонально відповідав міністр культурної спадщини Єгипту, який запевнив, що процес оновлення маски та перезакріплення бороди фараона успішно завершився. Отже, сакральні туристичні ресурси (об'єкти) можуть постраждати не тільки від надмірної «цікавості» туристів та прочан, але й унаслідок недбалості обслуговуючого ці об'єкти персоналу, який ніби-то повинен прикладати усі свої зусилля для їхнього збереження. Зберегти історичні артефакти релігійного чи містичного призначення від надмірної туристичної цікавості та бажання «забрати з собою» (не кажучи вже про «чорних» археологів) можливо, якщо вчасно зібрати їх у музеї, де вони будуть збережені та доступні для всіх туристів. Це доводить приклад тзв. «Чорних каменів Іки» (Перу) – численних артефактів, пов'язаних із стародавніми культурами Іка, Наска, Паракас у Південній Америці (табл. 24.1).

Таблиця 24.1. Захисні заходи із збереження сакральних об'єктів (ресурсів) від надмірної туристичної «цікавості» (споживання)

№	Час, рік	Об'єкт сакрального туризму	Місцезнахо-дження	Загрози та захисні заходи

1	1831 р.	Статуя тзв. «Чорної Мадонни» з темного грушевого дерева	Собор Нотр-Дам-де-Шартр, Франція	Уся підстава покрита слідами від губ та зубів прочан. Щоб зберегти скульптуру від надто палких обожнювачів, спорудили огорожу
2	з XIII ст. по наш час	Бронзова кульптура Св. Петра, що сидить на папському престолі	Собор Св. Петра, Ватикан	Об'єкт поклоніння – босі ступні апостола. Вважається, якщо загадати бажання, та погладити рукою чи доторкнутися губами ноги, то бажання здійсниться. В результаті за століття, що минули, стопа правої ноги, доступна прочанам, стала помітно тоншою
3	1907 р.	Загадкові кам'яні скульптури тзв. «Культури Сан Агустіна»	Національний археологічни й парк Сан Агустін, Колумбія	Масовий вивіз статуй за кордон в кінці XIX ст. (британець Доудінг – 50 статуй). Урядова заборона вивезення археологічних знахідок за межі країни
4	Початок XXI ст.	Єгипетські піраміди, зокрема піраміда Хеопса	м.Каїр, Єгипет	Два німецькі студенти відкололи шматок всередині піраміди та вивезли нелегально до Німеччини (щоб перевірити вік піраміди)
5	Початок XXI ст. (2014 р.)	Гробниця Тутанхамона в Луксорі	м.Луксор, Єгипет	Виготовлено точну копію гробниці, яку і показують туристам (її за допомогою безконтактного 3D сканера виготовила компанія Factum Arte, яка займається створенням цифрових копій культурних цінностей, що знаходяться під загрозою зникнення)
6	1960-1990-ті рр.	«Чорні камені Іки»	м. Іка, Перу	Пошук та масовий вивіз туристами таємничих «чорних каменів Іки». Створення музею цих каменів у м. Іка доктором Хав'єром Кабрера, де вдалося зібрати понад 11 тисяч екземплярів цих каменів (з 50 тис.) з дивовижними рисунками, вік яких точно не визначено. Решту вважають втраченою

У 1960-1990 рр. зусиллями д-ра Х. Кабрери значну частину цих дивовижних каменів (11 тис. з 50 тис. екземплярів), де зображені малюнки з сюжетами, що, м'яко кажучи, ставлять під сумнів прийняту хронологію людських знань про минуле Землі та людської цивілізації, вдалося зібрати у спеціально створеному музеї і тим самим врятувати ці, можливо «кам'яні листи» з далекого минулого (деякі називають їх

«бібліотекою атлантів») для людської цивілізації.

Отже, логістичний підхід щодо забезпечення сталого розвитку сакрального туризму вимагає не тільки пропозицій з регулювання туристичних потоків та маршрутів, оптимізації їхнього географічного розподілу за дестинаціями та всередині них, ефективної логістичної організації туристичного простору, але й різноманітних дієвих заходів із збереження об'єктів (ресурсів) сакрального туризму від надмірної «уваги» туристів та прочан. В сучасних умовах це може бути створення матеріальних або віртуальних копій найбільш цінних та популярних об'єктів сакрального туризму, у т. ч. із застосуванням цифрових та лазерних 3D технологій, їхнє зберігання у сучасних музейних закладах тощо.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Яку роль відіграє логістичний чинник у ефективній організації туристичного простору на засадах сталого розвитку (на прикладі м. Львова та Києва)?
2. Як враховується логістичний чинник у забезпеченні сталого розвитку сакрального туризму?
3. Охарактеризувати складники логістичної організації туристичного простору великого міста (згідно рис.24.2).
4. Розкрити сутність геологістичної ідентифікації ресурсної бази туризму, як складника логістичної організації туристичного простору.
5. Розкрити сутність логістичного планування туристопотоків та визначення їхніх потреб, як складника логістичної організації туристичного простору.
6. Розкрити сутність логістичного проєктування туристичної інфраструктури, як складника логістичної організації туристичного простору.
7. Розкрити сутність логістичного проєктування ланцюжків поставок туристичної інфраструктури, як складника логістичної організації туристичного простору.
8. Яка структура сакрального туризму?
9. Які захисні заходи із збереження сакральних об'єктів (ресурсів) від надмірної туристичної «цікавості» (споживання) пропонуються нині?
10. Коли вперше і де були впроваджені заходи із захисту сакрального об'єкту від «уваги» туристів?

РОЗДІЛ 25. ЛОГІСТИКА КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ

25.1. Основні круїзні компанії світу та їхні площини конкуренції

Круїзний туризм – один із найдинамічніших видів туризму у XXI ст. за визначенням ЮНВТО. Його відрізняють високі темпи розвитку – 9 % річних за останні 25 років (до 2020 р.) проти 4 % всього туризму. Привабливість круїзного туризму полягає в тому, що він надає можливість поєднати комфортну морську (або річкову) подорож з різноманітними розвагами та ознайомленням з природою, історією,

культурою країн, які відвідують туристи під час подорожі. Україна останніми роками (до 2020 р.) намагалася відродити круїзний туризм у своїх акваторіях, зокрема в Чорному морі, на Дніпрі, Дунаї. Певні досягнення мали місце в реалізації планів країни увійти до міжнародних круїзних маршрутів. На жаль, анексія Криму росією (2014 р.), та наступна повномасштабна агресія останньої проти України (2022 р.) призвела до значних ускладнень у цій справі. Але по війні Україна може стати конкурентоспроможним суб'єктом на світовому ринку круїзного туризму за умови чіткого визначення цільових сегментів та усвідомлення своїх конкурентних переваг. Це стосується і співпраці з світовими круїзними компаніями, однією з конкурентних переваг яких у сучасних умовах стала логістика та управління ланцюжками поставок (англ. Supply Chain Management, SCM). Метою розділу є розкрити концептуальні основи та особливості логістики та управління ланцюжками поставок в круїзному туризмі як джерела конкурентної переваги на світовому круїзному ринку.

Круїзний туризм – один з найдинамічніших секторів туристичної галузі та водного транспорту. Це вид туризму, що постійно розвивався та зростав з середньорічними темпами 8-9% за період 1990-2019 рр. У передковідний рік (2019) кількість круїзних пасажирів у світі досягла майже 22 млн. осіб у рік. Навіть у складні постковідні часи темпи відновлення круїзного туризму (який першим потрапив під удар ковіду і скоротив свої обсяги більш, ніж наполовину, за 2020 р.) вражають.

При цьому слід враховувати особливість ринку круїзного туризму (на яку не вплинула ковідна криза) – його олігополістичний характер з домінуванням трьох світових круїзних компаній – «The Carnival Group» (США), «The Royal Caribbean International Group» (США) та «Norvegian Cruise Line/ Star Cruises» (Норвегія-Малайзія), на частку яких і залишилось (за різними оцінками) 73-81% пасажиромісткості всього круїзного флоту світу. «The Carnival Group» залишається найбільшою круїзною компанією світу з штаб-квартирами в Майямі та Лондоні. Їй належать так круїзні бренди, як «Carnival Cruise Lines», «Holland America Line», «Princess Cruises», «Seaborn» у Північній Америці, «P&O Cruises» та «Cunard» у Великій Британії, «AIDA Crises» у Німеччині, «Costa Cruises» в Італії, «Iberocruseros» в Іспанії та «P&O Cruises» в Австралії.

Флот компанії включає понад 100 круїзних лайнерів, кількість туристів у 2019 р. склала понад 10 млн. осіб (45,5 % світового потоку круїзних туристів).

«The Royal Caribbean International» – американська круїзна компанія з штаб-квартирою у Майямі, дочірня компанія ТОВ «The Royal Caribbean», що включає бренди ще декількох компаній – «Celebrity Cruises», «Pullmantour Cruises» (з одноіменною авіакомпанією), «Azamara Club Cruises» та «Crouisieresde France». «The Royal Caribbean International» має найсучасніший флот з 42 круїзних кораблів, два з яких «Oasis of Seas» та «Charm of Seas» донедавна вважались найбільшими в світі круїзними лайнерами (роки будівництва відповідно 2009 та 2010) з числом круїзних пасажирів кожний 5400 осіб та екіпажем відповідно 2394 та 2384 чол. Нині рекордсменом світового круїзного флоту вважається суперлайнер «Симфонія морів» (Symphony of Seas) 2018 р. будівництва, що також належить компанії Royal Caribbean (США), отже ця компанія продовжує політику будівництва та експлуатації найбільших та найсучасніших круїзних лайнерів (детальніше – у розділі 20).



«Norvegian Cruse Line / Star Cruses» – третя за величиною круїзна компанія світу, яка домінує на азійсько-тихоокеанському ринку круїзів. Була заснована в 1993 р., як дочірнє підприємство малайзійської «Genting Group», та має штаб-квартиру у Гонконзі (Сянгані, КНР). Компанії належать такі бренди, як «Norvegian Cruse Line», «NGL America», «Cruise Ferries», що експлуатують більше 20 круїзних лайнерів.

Така висока ринкова концентрація зумовила гостру конкуренцію серед учасників світового ринку круїзного туризму з метою досягти конкурентної переваги. В останні роки ця конкуренція концентрувалася головним чином у сферах вертикальної (якість послуг) та горизонтальної (асортимент послуг) диференціації круїзного продукту. На цьому фоні виділилися чотири головні площини конкуренції на ринку круїзних послуг, а саме: круїзний корабель, час круїзу, маршрут круїзу, продаж круїзу (рис. 25. 1).

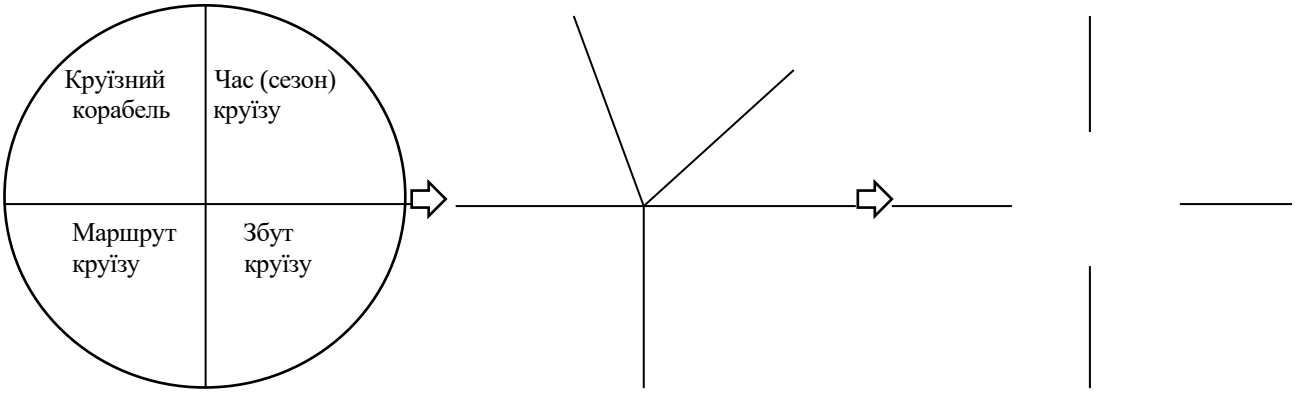


Рис. 25.1. Логістика круїзу, як головна площина конкуренції компанії на ринку круїзних послуг

Так, прикладом конкуренції, заснованої на типі круїзного судна, є інвестиції круїзних компаній у будівництво найновіших, найбільших та найрозкішніших круїзних лайнерів, що можуть надати найширший набір послуг на борту (включаючи кіно, казино, театр, скалодром, каток, серф-майданчик тощо) з метою задовольнити вимоги пасажирів з різними смаками та фінансовими можливостями. Конкуренція на підставі часу (сезону) круїзної подорожі полягає в диференціації кру сезоном року (наприклад, новорічні та різдвяні круїзи) або за часом йські ігри, чемпіонати світу з футболу тощо). Також круїзн вних чинників, що впливають на стратегію круїзної компанії що тання круїзних лайнерів. Конкуренція на підставі маршруту круїз кладний чинник, що включає тривалість круїзу, кількість відвідуваних портів, число пропонованих екскурсій тощо. Нарешті, процес продажу круїзних турів також надає конкурентні переваги тій круїзній компанії, яка швидше впроваджує сучасні комунікаційні технології, продаж через Інтернет тощо.



Отже, в результаті того, що нині круїзні компанії надто зосередилися на вищенаведених площинах досягнення конкурентних переваг, вони випустили з виду такий потужний важель забезпечення корпоративної конкурентної переваги, як логістика та управління ланцюжками поставок. Даний матеріал і має метою розкрити важливість і сутність логістичного чинника в підвищенні ефективності діяльності круїзної компанії на ринку круїзного туризму з метою забезпечення конкурентних переваг. Актуальність активізації застосування логістичних підходів в діяльності

круїзної компанії з метою досягнення конкурентних переваг на ринку зростає у зв'язку с тим, що чотири площини конкуренції, розкриті вище, останнім часом виявляють ознаки насиченості, вичерпаності та ефективності, що знижується.

25.2. Логістична структура круїзного туризму

Логістика та управління ланцюжками поставок є важливою складовою круїзних операцій, незважаючи на той факт, що круїзні компанії майже не займаються питаннями забезпечення потреб потоку круїзних туристів (а він є головним потоком у логістиці круїзного туризму, так як і в логістиці туризму взагалі) як до потрапляння на круїзне судно (тобто до початку круїзу), так і після закінчення круїзної подорожі (хоча деякі круїзні компанії вже почали турбуватися про це шляхом укладання відповідних угод з готелями та авіакомпаніями «на березі»). При цьому круїзний ланцюжок поставок теж має бути ефективним у сенсі доставки «вантажу» точно вчасно за маршрутом транспортування. Відмінність від водних перевезень вантажів полягає у тому, що цим «вантажом» у круїзному туризмі є круїзні пасажири – досить вимоглива «публіка». В результаті ланцюжок поставок в круїзному бізнесі повинен забезпечити «додану вартість» саме круїзним туристам, під час їхньої подорожі на круїзному судні це й буде нова площина конкуренції ніж круїзними компаніями на додаток до наведених вище чотирьох.

Адже круїзна подорож є особливим видом водних перевезень, де метою є не саме перевезення, а забезпечення задоволення круїзним пасажирам від подорожі на круїзному кораблі. Останній можна вважати головним пунктом дестинації для круїзних туристів, тому для багатьох з них відвідування портів по маршруту з їхніми туристичними атракціями має другорядне значення. Отже, головною метою кожної круїзної компанії є гарантоване забезпечення задоволення туристів від подорожі на лайнері, що не так легко досягти, враховуючи, що кожний з них (туристів) має свої специфічні характеристики та потреби. Але задоволення пасажира (туриста) є ключем до успіху в круїзному бізнесі. Тому логістика та управління ланцюжками поставок повинні внести свій внесок у досягнення цієї мети круїзною компанією, відкривши нову площину конкуренції та знайшовши новий шлях здобуття конкурентної переваги на ринку круїзного туризму.

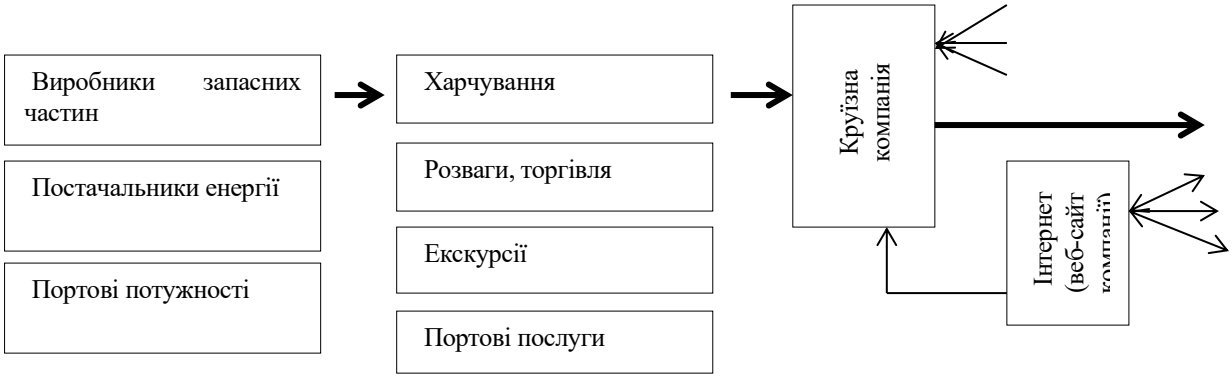
Логістика та управління ланцюжками поставок на сьогоднішній день найдетальніше опрацьовані в промисловості та торгівлі. Щодо туризму, то прикладання логістики до цієї галузі найбільш ґрунтовно виконав український вчений І.Смирнов, а щодо ланцюжків поставок у туристичному бізнесі, як нової сфери досліджень, можна послатися на американців К.Занга, Х.Сонга, Г.Хуанга. Останнім часом за кордоном з'явилися публікації щодо застосування теорії та практики Supply Chain Management, SCM (управління ланцюжками поставок) у круїзному бізнесі, зокрема це стосується канадських авторів С.Веронне та Ж.Роя, а також грецьких дослідників Г.К. Вагеласа та І.Н. Лагудиса. Незважаючи на це, можна стверджувати, що проблема застосування логістичного підходу і, зокрема, управління ланцюжками поставок у круїзному туризмі, поки що є недооціненою не тільки у наукових публікаціях, але й у самих круїзних компаніях. Між тим логістику та управління ланцюжками поставок у круїзному туризмі слід розглядати, не тільки як одну з площин набуття конкурентної переваги на ринку круїзних послуг (поряд з самим круїзним кораблем, часом та маршрутом круїзу, процесом продажу круїзної подорожі тощо) (рис. 25.1), але й як підставу ефективного менеджменту у круїзному бізнесі згідно холістичного (цілісного) підходу (від англ. Whole – цілий), коли вищенаведені складники конкурентної переваги у галузі, що розглядається (а до них ще можна додати особливості харчування, проживання, веб-сайти, електронних агентів, маркетинг та позиціювання круїзного продукту на ринку тощо), об'єднуються в єдиний конкурентний набір (мікс) певної круїзної компанії з ефективною логістичною організацією їхньої діяльності (бізнесове призначення логістики, нагадаємо, - зменшувати витрати та у такий спосіб збільшувати прибутки згідно формули прибутковості, коли прибуток (зиск) дорівнює доходу мінус витрати). Отже, до круїзного бізнесу повністю пасує відоме твердження М.Кристофера, що в сучасному світі вже не компанії конкурують між собою, а їхні ланцюжки поставок. Ця думка знайшла підтвердження в сучасній діяльності морського транспорту світу, де конкуренція між окремими компаніями все більше замінюється на «змагання» морських логістичних ланцюжків.

Однією із суттєвих конкурентних переваг, що надає формування ланцюжків поставок, є явище синергії, як результату спільної діяльності їх учасників. Чи може така

синергія виникнути в круїзному бізнесі? Еволюція, що нині спостерігається в останньому, так як і в інших складниках круїзного логістичного ланцюжка (наприклад, у морських та річкових портах) показує доцільність застосування управління ланцюжками поставок, що базується на ефективних логістичних стратегіях. Так, нині круїзні компанії все частіше укладають стратегічні угоди з іншими компаніями-партнерами, формулюючи в такий спосіб круїзні ланцюжки поставок. Приміром одні круїзні компанії інвестують у будівництво портових круїзних терміналів (наприклад, Costa Crociere), у той час як інші використовують синергію, об'єднуючи такі послуги «на місці», як трансфери та культурно-пізнавальні тури (приміром MSC). Останнім часом з'явився навіть термін «терміналізація логістичних ланцюжків» у круїзній галузі, що означає, використання круїзних терміналів не тільки як пасажирських «габів» для з'єднання круїзних суден з суходольними та повітряними видами транспорту, але й як місць тимчасового перебування пасажирів з наданням їм різноманітних розваг, а також послуг із розміщення та харчування). Це означає, що круїзний термінал стає інтегральною складовою частиною круїзної логістичної системи.

Ще одна вагома причина необхідності ефективної логістичної стратегії для круїзної компанії полягає у застосуванні вертикальної інтеграції. Так, для круїзних компаній вже недостатньо управляти численними круїзними терміналами у багатьох портах світу: ці компанії прагнуть створити на базі терміналів цілі відпочинкові містечка, щоб мати змогу пропонувати своїм клієнтам комплексний круїзний продукт. Так, компанія «Royal Caribbean Cruises» має свій власний курорт у Гаїті – Лабаді, що є інтегральним складником корпоративного логістичного ланцюжка. Типова структура логістичного ланцюжка круїзної компанії представлена на рис.25. 2.





потоки продуктів та послуг; інформаційні потоки

Рис.25. 2. Логістична структура круїзного туризму

Як видно з цього рисунку, типовий ланцюжок поставок у круїзному бізнесі включає багато «гравців», кожний з власними інтересами та стратегіями. Так, до постачальників першого порядку щодо обслуговування круїзних туристів відносяться структури, що опікуються розміщенням туристів до та після круїзу та доставкою туристів від/до їхнього місця постійного проживання. Як правило, це «головна біль» не круїзної компанії, а тих туристичних агенцій, які продають путівки на круїзи. Але ці турагенції надають інформацію круїзній компанії про кількість та ціни реалізованих путівок. Подібну функцію виконує і веб-сайт круїзної компанії в Інтернеті, останнім часом популярність цього каналу продажу круїзів зростає. Але до постачальників 1-го порядку, в першу чергу, відносяться ті структури, які безпосередньо обслуговують круїзних туристів під час подорожі. Це структури круїзного лайнера з проживання, харчування, розваг та торгівлі. Крім цього, є постачальники 1-го рівня за межами круїзного лайнера (їх теж слід враховувати), це екскурс-бюро та портові послуги в портах круїзного маршруту. До постачальників 2-го порядку в круїзному туризмі відносяться виробники харчових продуктів та напоїв, а також виробники устаткування, паливно-мастильних матеріалів, запасних частин, постачальники енергії (під час перебування в порту), портові потужності (круїзні судна потребують спеціальних терміналів у портах).

25.3. Логістичні концепції в круїзному туризмі

Така складність логістики круїзної компанії (а із збільшенням розміру круїзного лайнера ця складність ще більше зростає) зумовлює те, що при формуванні своєї

логістичної стратегії круїзна компанія не повинна полягати на якійсь одній логістичній концепції, скоріше використати їхній ефективний мікс. Так, можна звернутись до варіанту ланцюжка поставок, заснованому на співробітництві з партнерами та прозорому наскрізному інформаційному потоці між ними (цей варіант популярний у торгівельній логістиці під назвою *«ефект бичого батога»* - англ. «bull whip effect»). Але проблема полягає у тому, що в круїзному бізнесі партнер компанії в ланцюжку поставок може бути також задіяний в логістичному ланцюжку іншої круїзної компанії – конкурента, а це небажано зі зрозумілих причин. Ще одну концепцію – *надлишку та гнучкості в ланцюгах поставок*, запропоновану И.Шеффі та Дж.Райсом, також важко застосувати у круїзній логістиці, оскільки круїзні компанії не нагромаджують запаси, адже вони пропонують послуги, а не продукти. Розуміючи гнучкість, як стратегію опору несподіваним порушенням функціювання ланцюжка поставок, (від незаконних дій до випадків якихось епідемій), ця концепція не підходить до круїзів, оскільки круїзні компанії намагаються всіляко гарантувати та підтримувати довготривалі бізнесові відносини з партнерами. У той же час застосування принципів ризик – менеджменту усіма компаніями-партнерами в круїзному ланцюжку поставок може бути ефективним рішенням можливих подібних проблем.

Отже, складність та специфічність ланцюгів поставок у круїзному туризмі зумовлюють необхідність застосування в круїзній логістиці концепції ефективного міксу «комплексу», як загальної методологічної бази цього новітнього напрямку логістики (англ. «concept of supply chain complexity in the cruise industry»). Ця *концепція комплексності* базується на трьох підходах: 1) щодо типу логістики; 2) щодо рівня гнучкості; 3) щодо рівня комплексності систем транспортної (у т.ч. круїзної) логістики. Перший підхід має метою визначити, який тип логістики може бути характерний для круїзного туризму. Підставою для цього є кореляція між рівнем складності логістичних послуг, що надаються, та ступенем їх зв’язку з клієнтами (рис.25.3). У літературі цей підхід відомий, як метод (модель) А.Баска, за яким виділяють три типи логістики – рутинну, стандартизовану та кастомізовану. Для рутинної логістики характерні обмежені вимоги гнучкості – це стосується, наприклад, перевезень вантажів одним видом транспорту.

		Комплексність послуги		
		Проста	Середня	Комплексна
Зв'язок з клієнтами	Слабкий	Рутинна		
	Тісний		Стандартизована	
	Помірний			Кастомізована

Рис. 25.3. Типи логістики в залежності від складності логістичного обслуговування та тісноти зв’язку з клієнтами за А.Баском

Перевізник є в ринковому середовищі. Замовлення послуги залежить, головним чином, від обсягу вантажу та цінової конкуренції, хоча враховуються і часові вимоги. Замовлений транспорт має бути гнучким щодо маршрутів, часу використання, рухомого складу. Рутинна логістика не вимагає тісних зв’язків замовника та перевізника. Тому перші можуть вільно обирати та змінювати других (кастомізація відсутня).

Стандартизована логістика передбачає певні початки кастомізації, наприклад, надання спеціалізованого транспортного засобу (вибір виду транспорту та засобу), отже, перевізник пропонує більшу ступінь гнучкості як в умовах доставки, так і в цінах, часі, що забезпечує гнучкість щодо видів засобів транспорту, що пропонуються. Тут потрібна більш тісна форма співпраці перевізника із замовником, з тіснішим зв’язком між ними. Якщо у перевізника бракує певного транспортного засобу, він може скооперуватися з іншим перевізником, у якого необхідне є. Тобто тут спостерігається гнучкість за видами і потужностями транспортування.

За кастомізованої логістики забезпечується повністю кастомізований сервіс за наявності всебічної гнучкості. На додаток до послуг рутинної та стандартизованої логістики (розглянутих вище) надаються послуги складування вантажу, контроль запасів та замовлень, контроль пересування вантажу, його переробка та інші операції зі збільшення вартості. Отже, на додаток до гнучкості доставки та транспортного міксу (виду та засобу транспорту) існує гнучкість щодо обсягів перевезень, складування та зберігання, переробки вантажів тощо. За цих умов замовник та перевізник мають бути у постійному тісному зв’язку на стратегічному, плановому та операційному рівнях своєї діяльності, забезпечуючи постійний обмін інформацією на усіх рівнях.

Другий підхід – щодо рівня гнучкості систем транспортної логістики – розглядає два типи гнучкості – внутрішню та зовнішню гнучкість на транспорті. Внутрішня

гнучкість окреслюється, як поведінка організації, що визначає її компетентність, а зовнішня гнучкість – як можливості організації за оцінкою покупців. У табл. 25.1 наводяться 9 типів внутрішньої гнучкості щодо транспортної галузі та 5 типів зовнішньої гнучкості (за М.Наймом). Перші три типи внутрішньої гнучкості відносяться до фізичного руху вантажів і окреслюють вибір виду транспорту та можливостей відповідних транспортних організацій та окремих транспортних засобів. Наступні три - вузлова, лінійна та стаціонарна гнучкість тісно прив'язані до забезпечуючої інфраструктури з фізичного руху вантажу та об'єднані разом можуть називатися мережевою гнучкістю. Її матеріальною основною є складська та транспортна інфраструктури. Останні три типи внутрішньої гнучкості – це маршрутна гнучкість (залежить від часу та терміновості доставки та виду транспорту), гнучкість потужностей (здатність змінюватися відповідно до попиту) та інформаційна гнучкість (здатність організації забезпечити інформаційну прозорість ланцюжка поставок з метою задоволення потреб споживачів).

Таблиця 25.1. Характеристики гнучкості транспортних систем за М.Наймом

Типи внутрішньої гнучкості	**Характеристика**	**Типи зовнішньої гнучкості**	**Характеристика**
За видом транспорту (видова)	Здатність забезпечити різні види транспорту	За продуктом	Межі та здатність впроваджувати нові транспортні послуги
За транспортною організацією (організаційна)	Здатність забезпечити різні транспортні організації для доставки вантажів	За міксом (комплексом)	Межі та здатність змінювати поточні транспортні послуги
За транспортним засобом	Здатність забезпечити та поєднати різні транспортні засоби для доставки вантажів	За обсягом	Межі та здатність реагувати на зміни попиту на транспортні послуги
За транспортним вузлом (вузлова)	Здатність створювати нові вузли у мережі	За доставкою	Межі та здатність зміни термінів доставки
За транспортною лінією (лінійна)	Здатність створювати нові лінії між вузлами	За доступністю	Здатність забезпечити обширне покриття дистрибуції
За стаціонарністю (стаціонарна)	Здатність впорядкування інвестицій в транспортну інфраструктуру та координації дій користувачів		
За транспортною потужністю	Здатність транспортної системи реагувати на зміни попиту		

За маршрутингом (маршрутна)	Здатність до впровадження нових маршрутів		
За комунікаційністю (інформаційна)	Здатність до управління та використання різних типів інформації		

Нарешті третій підхід – щодо рівня комплексності систем транспортної (у т.ч. круїзної) логістики має підставою застосування *матриці П.Краліча* (рис. 25.4.), яка оцінює рівень комплексності ланцюжків поставок у круїзному туризмі через порівняння двох чинників – процесу вибору постачальника та його оцінку на підставі визначення ступеню ризику в постачанні. За матрицею Краліча виділяють чотири категорії товарів (товарних позицій) за співвідношенням очікуваного прибутку та ступеню ризику постачання (логістичного ризику):

1. Стратегічні товарні позиції – це високо кастомізовані товари та послуги, орієнтовані на потреби споживача у певному виді послуг або продукцію, що виробляється; мають небагато постачальників, спроможних їх надати; мають високу вартість, тому суттєво впливають на якість та ціну кінцевого продукту (послуги). Рекомендуються доставка «Точно в строк» та високі стандарти логістичного сервісу; підкреслюється важливість довгострокових відносин.

		Ризик постачання	
		високий	низький
Вплив на прибуток	міцний	Стратегічні товарні позиції – формують партнерські відносини	Базові товарні позиції – засновані на купівельній спроможності
	слабкий	Критичні товарні позиції – від них залежить успішна діяльність бізнесу	Некритичні товарні позиції – забезпечують стабільне функціонування

Рис. 25.4. Матриця Краліча

2. Базові товарні позиції – переважно це стандартизовані товари та послуги, які постачаються за невисокою ціною, але мають високу якість. Вони не здійснюють вагомий вплив на якість кінцевої продукції (послуги), оскільки мають стандартні параметри формату та якості (їх легко замінити). Високий рівень стандартизації

зумовлює їх наявність у багатьох постачальників, тому великої потреби в оптимізації замовлень немає: закупляємо, в кого вони дешевші.

3. Критичні товарні позиції – це постачання дорогих матеріалів чи послуг, але вони надзвичайно важливі для виробництва кінцевої продукції (послуги), тому їхнє постачання пов'язане з великим ризиком. Прикладами в морському транспорті є надання послуг лоцманів, портових послуг, погана якість або відсутність яких поставить під загрозу діяльність круїзних суден.

4. Некритичні товарні позиції – це предмети та послуги масового виробництва, які призначені для повсякденного використання на круїзному судні. Високий рівень стандартизації вимагає обмеженої кількості постачальників, здатних забезпечити стандартну (але високу) якість та доставку «Точно вчасно».

25.4. Логістичні особливості круїзного туризму

Щоб застосувати наведені логістичні підходи до ланцюгів постачання круїзної компанії з метою їхньої оптимізації, відзначимо деякі *особливості круїзного туризму*. Як великі круїзні компанії з потужними круїзними лайнерами та довготривалими круїзами, так і невеликі круїзні фірми мають метою забезпечити комфортний відпочинок туристам. Клієнтська база круїзних компаній, як правило, складається з пасажирів усіх вікових груп, які прагнуть відпочити в певному регіоні за певним маршрутом (наприклад, у Середземномор'ї). Отже, сервіс, що пропонується круїзною компанією має бути кастомізованим з високим рівнем гнучкості у вигляді путівок різної вартості з вибором: а) приміщень для проживання (кают); б) екскурсій, що пропонуються; в) типу харчування (від «шведського столу» до ресторанного «а ля карт») тощо. Надання різноманітних анімаційних програм відповідно до різноманітних потреб туристів у розвагах на борту круїзного лайнерів є додатковою характеристикою кастомізації високої рівня, що притаманна як окремій круїзній компанії, так і круїзному туризму взагалі (рис. 25.5).

		Комплексність послуги		
		проста	середня	комплексна
Зв'язки з споживачами	Слабкі	Рутинна		
	Помірні		Стандартизована	
	Тісні			Кастомізована: **Круїзна компанія**

Рис. 25.5. Логістична стратегія круїзної компанії

Щодо гнучкості ланцюгів поставок у круїзному туризмі та щодо круїзної компанії, то внутрішні та зовнішні типи гнучкості, притаманні круїзній галузі, охарактеризовані в табл. 25.2. Отже, рівні внутрішньої гнучкості присутні лише за транспортними засобами – видова гнучкість (круїзні кораблі мають бути кастомізовані згідно вимог покупців), за транспортним вузлом – вузлова гнучкість (круїзна компанія здійснює значний інтегрований сервіс як на борту корабля, так і на березі), за транспортною лінією – лінійна гнучкість (різні локації можуть обслуговуватися по-різному згідно ринкових умов), за потужністю (компанія може змінювати маршрути та обсяги діяльності згідно ринкових змін), за маршрутингом – маршрутна гнучкість (компанія забезпечує географічну диверсифікацію бізнесу) та за комунікаційністю – інформаційна гнучкість (компанія має технологію та персонах щоб управляти інформацію довільного типу, приміром, електронним продажем путівок (e-booking) тощо).

Таблиця 25.2. Характеристики логістичної гнучкості круїзної компанії

Типи внутрішньої гнучкості	**Характеристика**	**Типи зовнішньої гнучкості**	**Характеристика**
За видом транспорту (видова)	Відсутня: круїзна компанія належить лише до круїзної галузі	За продуктом	Відсутня: круїзна компанія займається лише круїзним туризмом
За транспортною організацією (організаційна)	Відсутня: круїзна компанія оперує лише одним видом транспорту – круїзними лайнерами	За міксом (комплексом)	Присутня: круїзна компанія оперує різними типами круїзних судин, що дає можливість змін відповідно до попиту
За транспортним засобом	Присутня: круїзні судна можуть кастомізуватися згідно вимог туристів	За обсягом	Присутня: круїзна компанія оперує різними за величиною круїзними суднами
За транспортним вузлом (вузлова)	Помірно присутня: компанія використовує інтегрований сервіс	За доставкою	Відсутня: круїзна компанія має жорстко фіксований графік прибуття до певних портів
За транспортною лінією (лінійна)	Помірно присутня: можлива адаптація до ринкових змін	За доступністю	Помірно присутня: круїзна компанія частково задіяна в дистрибуції своїх послуг
За стаціонарністю (стаціонарна)	Відсутня: круїзна компанія, як правило, не інвестує в інфраструктуру		

За потужністю	Присутня: компанія може змінювати маршрути та обсяги діяльності згідно ринкових змін		
За маршрутингом (маршрутна)	Присутня: компанія забезпечує географічно диверсифікований сервіс		
За комунікаційністю (інформаційна)	Присутня: компанія має технології та персонал, здатні до управління кожним типом інформації		

Щодо зовнішньої гнучкості, то вона присутня лише у випадках міксу, обсягу та доступності. Ці результати означають, що круїзна компанія має обмежений рівень гнучкості, оскільки вона сфокусована на наданні вузькоспеціалізованих послуг певного типу для певних туристів (круїзного туризму). Тому круїзна компанія не зацікавлена в стратегіях транспортної інтермодальності (тобто використання різних видів транспорту), натомість вона прагне до більш тісної співпраці з туристичними агенціями з метою забезпечення більш повного (інтегрованого) сервісу для круїзних туристів.

Застосовуючи матрицю П.Краліча до функціювання ланцюжків поставок круїзної компанії (рис. 25.6), можна зробити такі висновки: 1. Стратегічно важливими з показниками високого ризику та міцного впливу на прибуток круїзної компанії є надання послуг автобусними компаніями, туристичними агенціями, страховими компаніями та класифікаційними товариствами. Високий рівень ризику пояснюється тим, що число їх як партнерів дуже обмежене (автобусна чи страхова компанія взагалі може бути одна). Їхня важливість настільки велика, що з ними, як правило, підтримуються довготермінові відносини з метою кращої кооперації та координації, які б гарантували мінімізацію можливих помилок та максимізацію споживчої лояльності шляхом забезпечення задоволення туристів. Якщо хоча б один з цих партнерів не зможе вчасно надати свої послуги, то це зруйнує увесь процес круїзної подорожі, тобто діяльність круїзної компанії. Тому остання встановлює дуже тісні відносини з цими постачальниками стратегічно важливих послуг, що б в зародку усунути можливі непорозуміння.

2. До базових товарних позицій, що характеризуються низьким ступенем логістичного ризику та міцним впливом на прибуток, відносяться технічне постачання

для оперативних потреб круїзного корабля (електронне та технічне устаткування, запасні частини), постачання готельних товарів першої необхідності, а також мастильних матеріалів та інформаційно-інтернетівських технологій. Разом з їхнім постачанням можливий і супутній сервіс (що особливо стосується різноманітного технічного устаткування), тому круїзна компанія у цьому випадку повинна мати банк «постачальників» та обирати з них кращих на підставі правила «якість-ціна-логістика».

		Ризик постачання	
		високий	низький
Вплив на прибуток	міцний	**Стратегічні товарні позиції** 1. Послуги автобусних компаній 2. Послуги туристичних агенцій 3. Послуги страхових компаній 4. Послуги кваліфікаційних товариств	**Базові товарні позиції** 1. Електронне устаткування 2. Технічне устаткування 3. Готельні товари першої необхідності 4. Запчастини 5. Мастильні матеріали 6. Інформаційно-інтернетівські технології
	слабкий	**Критичні товарні позиції** 1. Лоцманські послуги 2. Послуги з буксирування 3. Портові послуги 4. Фінансові послуги	**Некритичні товарні позиції** 1. Готельні товари 2. Їжа, напої 3. Пальне 4. Інструменти

Рис.25. 6. Логістична комплексність ланцюжків постачання круїзної компанії

3. До критичних товарних позицій в круїзному ланцюжку поставок належать: лоцманські послуги, послуги з буксирування, портові послуги, фінансові послуги. Вони мають слабкий вплив на прибуток круїзної компанії, але якщо їх не забезпечити на потрібний час та на високому рівні, то можливий високий ризик щодо успішності круїзу. В діяльності круїзного бізнесу є непоодинокі приклади, коли відсутність відповідних пристроїв чи інфраструктури для прийому круїзного лайнера, а також непрофесійна послуга лоцмана призвели до аварійних ситуацій. Фінансові послуги теж мають критичне значення в ефективній діяльності ланцюжка поставок в круїзному туризмі, особливо коли необхідне термінове фінансування круїзної компанії для розробки та впровадження нових проектів, інвестиційних програм, розрахунків з партнерами, будівництва нових лайнерів тощо. Рекомендована стратегія - мати багато постачальників - у даному випадку необов’язково має цінову підставу, скоріше враховується їхня спроможність забезпечити надійний сервіс, кастомізований до потреб круїзної компанії.

4. Некритичні товарні позиції в ланцюжках поставок круїзної компанії характеризуються невисоким ризиком зриву постачання та слабким впливом на прибуток. До них відносяться готельні товари, продукти для приготування страв та напої, пальне та інструменти. Але вони мають надзвичайно велику важливість для забезпечення потреб туристів та успіху круїзної подорожі, тобто їх задоволення від круїзної послуги. Вибір найкращих постачальників серед багатьох можливих тут доцільно здійснювати на підставі цінової селекції.

Отже, круїзний туризм залишається і нині одним з найдинамічніших секторів туристичної індустрії. Особливістю ринку круїзного туризму є його олігополістичний характер, коли три найбільші компанії контролюють понад 73 % цього бізнесу. Ефективна логістика та управління ланцюжками поставок є одними з найважливіших конкурентних переваг компаній на ринку круїзного туризму. Удосконалення стратегії круїзної логістики можливе на підставі застосування концепції комплексності ланцюжків поставок у круїзному бізнесі. Ця концепція базується на трьох складових, а саме: теорії логістичних стратегій А.Баска, моделі гнучкості ланцюжків поставок М.Найма та матриці П.Краліча, яка ідентифікує певну структуру ланцюжка поставок, що потрібна для забезпечення необхідного рівня його гнучкості та відповідної логістичної стратегії. Можна стверджувати, що логістична стратегія круїзної компанії повинна бути кастомізованою до потреб круїзного бізнесу та запитів різних категорій круїзних туристів, а тому повинна бути доволі гнучкою. Внутрішня та зовнішня гнучкість круїзної логістики спостерігається відповідно на рівні типів круїзного корабля, транспортного вузла, зв’язку, потужності, маршруту та комунікаційності, а також міксу (комплексу), обсягу та доступності. Отже, гнучкість круїзної логістики є більшою у внутрішньому вимірі, ніж у зовнішньому, що пояснюється концентрацію круїзної компанії, насамперед, на максимальному задоволенні потреб круїзних туристів, ніж на просто морській (річковій) подорожі. Своєю чергою, матриця Краліча визначає важливість різних груп товарних позицій у логістиці (постачанні) круїзної компанії шляхом їх поділу на стратегічні, базові, критичні та некритичні на підставі співвідношення їхнього впливу на прибуток компанії та ступінь логістичного ризику. До найважливіших відноситься група стратегічних товарних позицій з дуже високим

впливом на прибуток та таким же ступенем логістичного ризику. Сюди належать послуги туристичних агенцій, автобусних компаній, страхових компаній та класифікаційних товариств. Їхня важливість настільки велика, що круїзним компаніям рекомендується підтримувати з ними довгострокові відносини з метою найтіснішої кооперації та координації, що дозволить гарантували мінімізацію непорозумінь та помилок та максимізацію задоволення туристів / оптимізацію прибутку компанії. На протилежному боці є група некритичних товарних позицій (готельні товари, продукти для приготування їжі та напої, пальне та інструменти). Вони характеризуються низьким логістичним ризиком (їхніх постачальників багато, замінити їх не є проблемою) та слабким впливом на прибуток круїзної компанії, що не зменшує їхньої важливості в повсякденному обслуговуванні круїзних туристів та задоволенні їхніх вимог.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Що означає олігополістичний характер круїзного туризму?
2. Які нині існують найбільші світові компанії з круїзного туризму?
3. Який круїзний лайнер є найбільшим у світі і якій круїзній компанії він належить?
4. Яку роль відіграє логістика круїзу серед площин конкуренції у круїзному бізнесі?
5. Яка логістична структура круїзного туризму?
6. Розкрийте сутність та значення теорії логістичних стратегій А.Баска в круїзному туризмі.
7. Розкрийте сутність та значення моделі гнучкості ланцюжків поставок М.Найма в круїзному туризмі.
8. Розкрийте сутність та застосування матриці П.Краліча в круїзному туризмі.
9. На яких рівнях спостерігається внутрішня та зовнішня гнучкість логістики круїзного туризму?
10. Який відсоток ринку круїзного туризму контролюють три найбільші світові круїзні компанії?

РОЗДІЛ 26. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19: СВІТОВИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

26.1. Міжнародний туристичний бізнес в умовах пандемії

Туризм, як сервісний вид діяльності, є залежним від об’єктивних та суб’єктивних чинників, що робить індустрію туризму як міжгалузевий комплекс, сформований галузями, що мають за мету задоволення потреб подорожуючої людини, ризикованим бізнесом. Ризики ведення цього бізнесу були закладені в основи організації туризму ще Т.Куком в середині XIX ст. і з того часу не зменшуються. Об’єктивним підгрунтям стрімкого розвитку туризму були здобутки науково-технічного прогресу, бо кожен якісний «стрибок» технологій відкриває нові можливості для індустрії туризму і стає основою для змін і поштовхом для розвитку. Зміна способу життя і характеру праці,

пов’язана з урбанізацією, також стала стимулом розвитку туризму, вивільнивши час на особистий розвиток. Ці два взаємопов’язані процеси стимулювали розвиток туризму як способу саморозвитку, як форми пізнання світу і власних можливостей. Масовий туризм, що розвивається по експоненті з післявоєнних часів, сформував відповідний стиль життя більшості населення не тільки економічно розвинених країн, а й країн з середнім рівнем розвитку, проникає в стиль життя середнього класу слаборозвинених країн, що засвідчує статистика міжнародних туристичних потоків UNWTO. Участь в туристичному процесі стала проявом особистої свободи, а не демонстрацією економічних можливостей особистості, і держави у своїй міжнародній діяльності враховують цей аспект. Саме можливість саморозвитку особистості в процесі тимчасової/сезонної міграції обумовила динаміку, глобальність і геоторіальність туристичного процесу, характерного для етапу постіндустріального розвитку, а новітні технології спростили доступ до туристичних послуг, прискорили діяльність суб’єктів туристичного ринку і надали можливість урізноманітнити туристичний продукт. Як вважає завідувач какафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка, докторка географічних наук, професорка О.Любіцева, визначення туризму як динамічного, глобального, зі стабільним приростом туристичного потоку (на 4% у 2019 р.) і зростання прибутків (на 5%, 2019), як однієї з найефективніших галузей третинного сектору експортної орієнтації у 2020 р. «стало історією». UNWTO констатувало катастрофічне падіння світових і регіональних показників туристичної діяльності за цей рік у понад 70%, що призвело до падіння зайнятості в цій сфері, закриття підприємств індустрії туризму. За оцінками експертів, на відновлення туризму до рівня 2019 р. знадобиться від 2 до 4 років.

Пандемія COVID-19, яка зненацька охопила неготовий до таких викликів світ, позначилась в першу чергу на туризмі як поліаспектному виді діяльності, і водночас виявила дійсні масштаби економічного і соціального впливу туризму, його мультиплікативний ефект. Населення України не таке туристично мобільне як населення США чи Німеччини (наприклад, за показником частки населення, яке здійснює міжнародні подорожі), але неможливість провести вільний час у вже звичному режимі подорожування, накладені пандемією обмеження в спілкуванні сприймаються

переважно негативно. З іншого боку відсутність можливості здійснити зарубіжну подорож спрямовує «погляд» потенційного туриста на вітчизняні можливості. До вітчизняних туристичних дестинацій можна дістатися особистим автотранспортом, можна скористатися пропозицією національних туроператорів, які активно почали переорієнтовуватися на можливості внутрішнього туризму і формувати власний туристичний продукт. Однак тут виявилось, що далеко не всі відомі туристичні принади доступні для вітчизняних туристів. Розрекламовані туристичні ресурси виявились неготовими приймати значні обсяги відвідувачів, оскільки практично не облаштовані, як сучасні туристичні дестинації. Таким чином, бажання відпочити подалі від місць скупчення людей (за межами великих міст) наштовхується на неможливість дістатися до місця, яке зацікавило, через погані дороги, а задоволення від відвідування, наприклад, унікальних ресурсів, - на відсутність можливості поїсти відповідно своїм уподобанням, змістовно провести час, відпочити у затишному закладі розміщення тощо. Фахівці туристичної сфери України багато років говорять і пишуть про необхідність відновлення внутрішнього туризму і багато що робиться для цього – для розвитку спортивного та інших видів активного відпочинку, сільського, подієвого туризму, але Covid-19 показав неготовність внутрішнього туризму задовольнити потреби туристів. Які позитиви дала пандемія: 1) показала роль і значення туризму в глобальних масштабах і в масштабах кожної конкретної розвиненої країни, населення якої є міжнародними туристами; 2) розкрила економічні масштаби міжнародного туризму і його вплив на національні і регіональні економіки; 3) показала масштаби соціального впливу туризму на різні аспекти життя населення (від можливості займатися бізнесом до свободи вибору форми і змісту відпочинку). Тобто пандемія розкрила глобальність туризму як феноменального явища сучасної цивілізації, підтвердила його роль в економіці і соціальному розвитку. Що розкрила пандемія для українського туризму: 1) необхідність розвитку та відновлення внутрішнього туризму; 2) необхідність змін в організації туристичної діяльності. Які ж шляхи вбачаються для вирішення даних проблем: 1) формування «опорного туристичного каркасу» країни, а потім регіонів і далі – до локального рівня. «Опорний туристичний каркас» з логістичної точки зору має складатися з діючих туристичних дестинацій, тобто спеціально облаштованих для відпочинку туристів

місцевостей (вузлів, центрів, пунктів), поєднаних постійно діючими туристичними маршрутами, по яких бажано цілорічно можуть пересуватися туристи. Ці маршрути розробляють і забезпечують національні туроператори, турагенти і екскурсійні бюро, приймаючи і обслуговуючи внутрішніх і іноземних туристів. Наповненню «Опорного туристичного каркасу» мають сприяти державні програми розвитку шкільного туризму, наприклад, під гаслом «Україна – моя Батьківщина!». Така програма має бути складена за участі науковців-туризмологів, практиків турбізнесу, громадських і волонтерських організацій в сфері туризму і представників освітянської спільноти, пройти громадські слухання і бути затвердженою на державному рівні, що забезпечить її фінансування та реалізацію. Що мається на увазі: для школярів, починаючи зі школи I ступеня і до школи III ступеня, розробляється набір екскурсійно-туристичних продуктів відповідно до їхнього віку з урахуванням шкільної програми. Наприклад, для школярів молодших класів, які вивчають рідний край – це можуть бути екскурсії, переважно краєзнавчі, які дають можливість ознайомитись з природою і культурно-історичним надбанням своєї місцевості, відвідання музеїв, а можливо, і проведення занять на їхній базі; для школярів середньої школи – екскурсії і тури вихідного дня до видатних пам'яток, які становлять національну природну і історико-культурну спадщину українського народу, але знаходяться у своєму і сусідніх регіонах; для школярів старшої школи – тури, які дадуть можливість не тільки ознайомитися з природною і культурно-історичною спадщиною України, а й з поточними культурними, спортивними та іншими подіями. Подорожі та екскурсії мають бути невід'ємною частиною навчального процесу при вивченні історії, географії, економіки України, складовою виховання патріотизму та національної самоідентичності, оскільки у людини, яка особисто відвідала місця слави предків, враження і гордість залишаться на все життя. Ще на один аспект наштовхують наслідки корона-вірусу: туризм це «креативна економіка», це галузь діяльності, яка грунтується на професіоналізмі, що закладається в тому числі вищою фаховою освітою. Саме університети, що готують фахівців спеціальності 242 «Туризм» мають закладати творчий підхід до розуміння індустрії туризму, тенденцій її розвитку, до оцінки міжнародного досвіду і можливостей його застосування, до оцінки власних можливостей забезпечення сучасних вимог у сфері туризму. Таким чином, на вищу

фахову туристичну освіту покладається завдання не тільки надавати знання про рекреаційно-туристичні ресурси, інфраструктуру туризму, спеціальні технології, в тому числі й інформаційні, але й навчати майбутніх фахівців туризму креативному мисленню, творчому підходу до організації власного бізнесу, до діяльності в сфері екскурсійно-туристичного обслуговування, до формування і успішного функціонування туристичних дестинацій, тобто до комплексного розвитку туризму в усій його різноманітності.

Розвиток туристичної освіти сполучний з розвитком науки про туризм – туризмології. Формування туризмології – міждисциплінарного напряму наукових досліджень з туризму – пройшло вже етап зародження. Напрацювання науковців в економіці, географії, історії, педагогіці, архітектурі і містобудуванні, державному управлінні та інших напрямах наукових досліджень (таких нараховується 20 – за захистами кандидатських та докторських дисертацій) є підставою для такого твердження. Наявні монографії, статті в наукових фахових виданнях як в Україні так і за кордоном, у т.ч. у виданнях, включених до наукометричних баз, підручники і навчальні посібники, підготовка докторів філософії дозволяють зробити означений висновок: туризмологія переходить на етап свого становлення, як окремої науки, що має метою прогнозувати розвиток туризму. Таким чином, пандемія корона-вірусу може розглядатися не тільки, як фактор негативного впливу на туризму, що зрозуміло, а й як позитивний поштовх до дій у напрямку відновлення і подальший розвиток повномасштабної і ефективної сфери туризму в Україні у повоєнний час.

Таким чином, подорожі під час пандемії змінились і скоротились до мінімуму. Але туристи все ж таки шукали будь-які можливості відправитися до нових країн. За час пандемії перетворень зазнали не тільки подорожі, але й з’явились нові їх форми та терміни, що розкривають ці зміни та відображають відношення до них. До таких новітніх явищ у міжнародному туристичному бізнесі з відповідними назвами відносяться: тревел-шейминг, воркейшн, ворк фром хотел, стейкейшн, цифрові кочівники, тревел-пухирі. Що ж вони означають?

Подорожі під час пандемії можуть викликати не тільки радість, але й стид. Таке явище і отримало назву *тревел-шейминг* (з англ. – travel – подорож, shame – стид). До

коронавірусу подорожі вважалися «соціальною валютою». Люди подорожували, знайомились з представниками інших країн, національностей, спілкувались в реалі або соцмережах. І, звісно, хвалилися новими поїздками: рахували кількість відвіданих країн, перельотів, міст та скільки днів вони провели поза домівкою у поїздках. При цьому збентеження переживали ті, хто мало подорожував, - їм нічого було сказати. Але після загальносвітового блокування внаслідок жорсткого карантину у 2020 р. соціальний статус подорожей змінився. Туристи, які намагалися подорожувати під час пандемії, могли зіштовхнутися з негативною реакцією оточення, оскільки багато людей вважали, що подорожі під час пандемії коронавірусу піддавали загрозі інших через можливість заразитися цією хворобою. Особливо велику хвилю засудження можна було отримати за фото у соціальних мережах, які подорожуючі виставляли після поїздки. В результаті неприязнь і засудження чиїхось подорожей зупиняло людей від купівлі туру: а що скажуть інші, якщо я поїду на відпочинок під пальмами у цей складний час. Що ж радили робити у цій ситуації? Краще було не хвалитися своїми поїздками, або просто не звертати увагу на тих, хто «голосно» висловлювався під такими світлинами. А подорожувати чи ні під час пандемії – кожен повинен був вирішувати самостійно та відповідати за ризики та можливі проблеми, що могли виникнути як під час поїздки, так і після неї.

Воркейшн - це робоча відпустка, а точніше робота під час відпустки (з англ. work – робота, vacation – відпустка). Поєднання роботи та відпустки передбачало роботу поза офісом, дозволяючи суміщення дозвілля з продуктивним часом. Основна ідея поняття «воркейшн» полягала у тому, що можна було не брати відпустку, щоб кудись поїхати. Навіть у поїздці можна було продовжити працювати віддалено. Цей тренд з’явився ще 2012 р., але став особливо актуальним під час пандемії, майже зрівнявшись з звичайною віддаленою роботою. Теоретично воркейшн розрахований на офісних працівників, які не хочуть зупиняти робочий процес, але вирішили кудись терміново поїхати, щоб змінити спосіб життя. Практика воркейшна була впроваджені у багатьох фірмах США та Європи, які уважно відносяться до благополуччя працівників та альтернативних способів підвищення їх продуктивності праці у довготривалій перспективі. Звісно, нам поки що доволі складно собі таке уявити але у багатьох великих компаніях США та

Австралії керівництво іде на такі поступки, щоб цінний працівник не перегорів на роботі, зміг поїхати разом з родиною до заміського будинку або відправитися у поїздку під час канікул дітей. Не завжди офіційні відпустки співпадли з родинним розкладом, а от воркейшн це дозволяв. До речі, це був і непоганий варіант продовження звичайної відпустки. Залишалося домовитися з керівництвом про додатковий тиждень відпустки та переключитися на віддалену роботу у той час, поки родина продовжувала відпочинок на пляжі. Одночасно це був непоганий спосіб продовжити перебування у місці відпочинку, яке сподобалося.

Отже, 2020 р. був вкрай несприятливим для туристичної індустрії. Особливо це відбилося на готельному бізнесі – найбільшому та найважливішому складнику сфери гостинності та усього туристичного комплексу. Для того, щоб перекрити збитки деяким готелям довелося застосувати творчий підхід адаптації до нових умов бізнесу. Одна з таких спроб полягала у привабленні бізнес-мандрівників новою концепцією – WFH (англ. Work from hotel), *«робота з готелю».* Отже, деякі готелі вирішили переорієнтуватися з подорожуючих на ділових людей, які працюють віддалено, тому можуть подорожувати, не чекаючи на відпустку, наприклад, своєю країною або до країн, які залишались відкритими до відвідування. Дистанційний режим роботи дозволяв виконувати свої обов'язки і одночасно лікуватися в санаторії, або відпочивати в Арабських Еміратах. У всьому світі готельні мережі розпочали нові програми для реалізації цієї концепції, використовуючи переваги вже існуючих зручностей. Хочете прийняти ванну під час обідньої перерви? Або провести зустріч в залі для нарад? Або попрацювати у зимовому саду готелю? Все це стає можливим, якщо замість офісу орендувати номер у готелі. Тому у переліку популярних вимог до сервісу готелю з'явились додаткові вимоги, як то: стабільний інтернет, доступні розетки, столи, що регулюються за висотою, ергономічні стільці, тихі та комфортні номери. Прикладами цього були: готель Marriott Providence Downtown, який сформував пакети Day Use зі знижками 50% для тих, хто працював віддалено; готель White у Брукліні (Нью-Йорк), що надавав в оренду номери для роботи щоденно з 8.00 до 18.00 (постояльці могли розміститися в номері з гарним видом з панорамних вікон, або у внутрішньому дворику, при цьому у вартість оренди номеру входили безкоштовні напої та цифровий доступ до

газети «The New York Times»). Багато готелів розробили пропозиції з істотними знижками для тих гостей, які приїжджали до них на постійне проживання, щоб попрацювати в готелі, від двох днів до декількох місяців. Постояльців забезпечували не тільки стандартними готельними послугами, так, можна було привезти з собою домашніх улюбленців, або родину. При цьому для дітей надавалася віртуальна допомога у дистанційному навчанні, а для дорослих – робочі місця у альтанках біля басейну та інші приємні особливості, яких не могло бути у стандартному офісі чи в зоні коворкінгу.

Оскільки небагато людей могли собі дозволити витрачати великі кошти на тривалі подорожі, а в локдаун могли відмінити навіть потяги, тому придумали альтернативу справжньої відпустки – *стейкейшн* (від англ. staycation: stay - перебування, vacation – відпустка) – відпочинок неподалік домівки з рідними, друзями, дітьми і, навіть, з улюбленими домашніми тваринами. Цей термін став популярним під час фінансової кризи початку 2000-х рр., коли у багатьох людей забракло грошей на коштовні закордонні подорожі. Доводилося подорожувати недалеко від домівки, часто люди шукали нових вражень навіть у власному місті. Головне при цьому було – зробити все, щоб відчути себе туристом, відволіктися від побутових проблем, не відповідати на робочу пошту, не займатися домашнім господарством. До речі, якщо взяти на озброєння цей термін, то можна організувати гарний відпочинок у святкові дні, наприклад, пожити у найкращому готелі міста, або піти у ресторан, замість того, щоб готувати вечерю для родини, а вранці отримати задоволення від нового виду з вікна, неспішного сніданку, замовленого до готельного номеру, або просто погуляти містом, дивлячись на нього очима туриста. При цьому така пропозиція має багато переваг: виключена можливість запізнення на рейс, не треба збирати валізи, можливо побути на самоті, або удвох з коханою особою, а дітей для різноманітності залишити бабусям - дідусям. Головне - отримати яскраві враження і це є можливим, навіть не виїжджаючи далеко зі свого міста.

Ще одним новим явищем ковідного часу у світовому туризмі стали *візи для фрилансерів*. Їх було запроваджено у декількох країнах, для того щоб привабити туристів – «*цифрових кочівників»* (англ. – digital nomads), тобто працівників які не залежали від офісу. На що це потрібне фрилансеру, якщо він і так міг працювати віддалено, де захоче? Справа у тому, що в деяких країнах за туристичною візою не

можна працювати. І навіть, якщо не афішувати свою трудову діяльність, то, як правило, туристична віза швидко закінчується і після цього треба виїхати з країни. А під час пандемії візи для фрилансерів забезпечували можливість потрапити до тієї країни, куди туристам в'їзд був заборонений. Так, у листопаді 2020 р. Емірат Абу-Дабі (ОАЕ) оголосив про створення нового типу віз, що дозволяли фрилансерам, які працювали на довгостроковій основі, проживати в Еміраті. Громадяни (резиденти та нерезиденти ОАЕ) могли подати заявку на отримання подібного дозволу. Раніше іноземці отримували право працювати в цій країні тільки, якщо їх найняла компанія в Абу-Дабі, ліцензії на фриланс видавались виключно громадянам ОАЕ. Ще одна країна – Ісландія, яка була закрита для мандрівників, запропонувала візи, за якими віддалені працівники могли переїхати туди на термін до 6 міс. При цьому можна приїхати з родиною і у такий спосіб побачити природні красоти Ісландії без юрб туристів. У деяких країнах з'явились візи для «цифрових кочівників»: Грузія обіцяла таку візу при доході від $ 2000 на міс. – можна було приїхати навіть під час пандемії, але з перебуванням 12 днів на карантині; чекали на фрилансерів і в Естонії, де можна було жити цілий рік, якщо місячний дохід перевищував $ 3405.

Тревел-пухирі (з англ. – travel bubbles), вони ж – тревел-коридори (з англ. – travel corridors), або повітряні мости (з англ. - airbridges) дозволяли мандрувати між двома або більше країнами без необхідності перебувати на карантині. По суті, це були ексклюзивні партнерські угоди, підписані урядами країн, які продемонстрували значні успіхи у стриманні пандемії Covid-19 та боротьбі з нею у межах своїх кордонів. Ці країни прагнули налагодити пасажиропотоки та відновлювали зв'язки між собою, відкриваючи кордони та дозволяючи подорожуючим вільно переміщуватися без необхідності проходити карантин після прибуття. Розповсюдження цього явища було ініційовано трьома країнами Балтії, а саме Естонією, Латвією та Литвою, коли вони сформували трьохстороннє партнерство, що дозволило громадянам цих країн в'їзд на територію держав-членів. Коли світ дізнався про цю ініціативу, багато країн перейняло їхній досвід, або, у всякому разі, серйозно задумалися про можливості формування відповідного блоку з сусідніми країнами. Так, у листопаді 2020 р. Гонконг та Сингапур оголосили про те, що хочуть створити тревел-пухир, який би дозволяв мандрувати між

цими двома містами без карантинного контролю. Також Великобританія підписала угоду із США про відкриття тревел-коридору по закінченні різдвяних свят 2020 р. Карибські острови, багато країн Південно-Східної Азії також відкривали подібні коридори. Отже, до кінця 2020 р. вже з'явились можливості мандрувати та переміщуватися світом, для чого треба було чітко відслідковувати інформацію по відкритих країнах та тревел-пухирях, щоб правильно скласти маршрут, при цьому не перебувати у кожній країні прибуття два тижні на обсервації.

26.2. Розвиток ресторанної галузі в умовах пандемії: світовий та український досвід

Розвиток туристичної галузі нерозривно пов'язаний з ресторанним бізнесом, оскільки харчування туристів – це складник туристичної послуги. Як відомо, туристична галузь через корона-вірус зазнала чималих проблем у своєму розвитку у 2020 р. як у світі, так і в Україні. Але ще більші проблеми мала ресторанна сфера. За думкою директора «Ресторанного консалтингу» О.Насонової, ресторанний бізнес виявився найбільш вразливим та найменш захищеним. Так, по Києву на початок 2021 р. були дані, що закрилися 25% ресторанів та кав'ярень, а це – 400 закладів. Щоправда і відкрились 170 нових. Витрати рестораторів, зокрема у Києві, були ті самі, що раніше, а от виручка зменшилася в два рази. Тобто у цій галузі мова про прибуток на той час не йшла, за думкою експертів очікувалось, що він з'явиться за півроку, а то й за рік. Також експерти попереджали, що найбільш важкими часами для рестораторів будуть не карантинні, а пост-карантинні. На це були такі причини:

По-перше, відбувся певний відтік клієнтів, які боялися заразитися корона-вірусом; таких людей спостерігалось небагато (приблизно 10-15%), але вони були достатньо активні, не приховували своєї позиції і агітували слідувати їхньому прикладу і ігнорувати ресторани.

По-друге, досить несподівано почався відпускний сезон; О.Насонова відмічає, що це відбулося одразу після новин про затримку українських туристів у Греції в кінці червня 2020 р.; саме у цей момент багато українців нарешті усвідомили, що закордонний відпочинок того року їм не «світив» і прийнялися активно збиратися у відпустки Україною. Отже, у повну силу відпускний сезон в Україні стартував з середини липня.

Це означало, що ресторани в Одесі та інших курортних містах України почували себе непогано, чого не можна було сказати про заклади у Києві (який влітку 2020 р. спорожнів на очах), Львові (тут взагалі «касу» місцевим ресторанам робили польські туристи) та інших містах.

По-третє, відпала сімейна аудиторія – родини з дітьми, яких взагалі практично не було: когось відправили до бабусь у село, хтось вивіз дітей на море, але немало залишались у міських квартирах. Дітям у масках було дуже некомфортно, тому ходити з ними у громадські місця було незручно.

По-четверте, поступово почалось зростання цін на продукти.

По-п'яте, більше не було знижок з боку орендодавців, які вони надавали у період карантину; ресторанам «включили» повну оренду, незважаючи на те, що зростання дохідності у них не було.

І**,** *наприкінці*, вплив чиннику очікування інфляції, що для ресторанів було «гірше карантину».

За таких умов передбачалося, що вже на початку 2021 р. деякі ресторатори в Україні згорнуть свої бізнеси в очікуванні продовження пандемії. Вони несли витрати з початку минулого року і пережити кризу змогли лише ті з них, у кого було декілька точок і їм було з чого вибирати, коли постала вимога закрити збиткові заклади і залишити більш-менш прибуткові, або ті, хто готовий був ще почекати і при цьому продовжував вкладати кошти.

За словами О.Насонової, ще до оголошення карантину вона спілкувалась з колегами, які в цьому бізнесі не один десяток років і всі при цьому прийшли до висновку, що криза затягнеться на рік – півтора. Ресторатори з досвідом, які пережили кризи 2008–2009 та 2014-2015 рр., з самого початку і не надіялися на «диво». Було зрозуміло, що надходить велика системна криза, яка затягнеться надовго. Тому досвідчені фахівці ресторанної справи з самого початку карантину готувалися до відтоку клієнтів, до падіння середнього чеку, до того, що треба буде закривати нерентабельні точки, знижувати витрати і просто перечекати цей складний карантинний період. Але на ресторанному ринку було багато новачків, які не мали досвіду ведення бізнесу у кризу, от вони, у першу чергу, і почали панікувати. Саме «новачки» не могли дочекатися зняття

обмежень, оскільки були впевнені, що, як тільки ресторани відкриються, то до них повалять клієнти. Але ресторани відкрилися, а вала клієнтів не було, і для багатьох це стало шоком.

У кризі ресторанного «жанру» в Україні часів ковіду спостерігався і потужний психологічний складник, оскільки навіть тим людям, які відносились до корона-вірусу досить врівноважено і спокійно, після декількох місяців карантину було чисто психологічно важко змусити себе взяти готову їжу з рук сторонньої людини. Тобто на зміну корона-вірусу прийшла корона-фобія, коли багато хто насильно «повертали себе до минулого життя», буквально змушуючи себе братися голими руками за двірні ручки у під'їзді чи натискати на кнопку ліфту. Що тут вже говорити про ресторани. Але й у ресторанах такі клієнти теж були: боялися, але все одно йшли. При цьому перед входом до закладу вони обов'язково одягали маски, обирали стіл подалі від інших відвідувачів, а за обідом вимагали рукавички, щоб не торкатися голими руками ножів та виделок. Отже, ресторанний бізнес повинен був враховувати і психологічне явище корона-вірусу в «головах» клієнтури і те, що знадобиться певний час, щоб його подолати.

О.Насонова зауважила, що у карантин ресторани і кав'ярні стали зручними «цапами-відбувайлами», і на них здійснювався адміністративний і моральний тиск з боку держави, так, коли відкрилися практично всі бізнеси, ресторанам через незрозумілі причини заборонили працювати після 23.00. За цих умов у рестораторів вибір був невеликий: або змиритися з подальшим обмеженням доходів, або «відкуплятися» від перевіряючих, або продовжувати працювати після 23.00 і тремтіти від страху. Таке ставлення до ресторанів та кав'ярень певним чином пояснювалось тим, що це не вважалося щоденною потребою, як, наприклад, ринок чи продуктовий магазин. Свій внесок зробили і соціальні установки, які до того часу були живучі у мешканців пострадянських країн: ресторани – це для багатих, марна трата грошей. І, нарешті, не на користь ресторанам зіграло те, що вони були достатньо примітні, у всіх на виду. Мабуть, через те ресторани і стали гарною мішенню: їх можна було показово «покарати» для науки інших. При цьому їм ніхто не тільки не допомагав, а навіть не співчував, оскільки у масовій свідомості українців закріпилося, що ресторатори у своїй більшості – це «нероби», «хапуги» і «бариги», яким і так добре жилося.

Карантин, з іншого боку, викликав звертання ресторанів до нових форм діяльності, наприклад, доставки, яка стала забезпечувати біля 15% виручки. Які ж ресторани постраждали від пандемії найбільше? За думкою експертів ресторанної сфери, у першу чергу, ті, що знаходилися у бізнес-центрах, оскільки багато компаній так і не повернулися до повноцінної роботи в офісах. Наступна втрата: практично цілком «вимер» кейтеринг, оскільки жодних виїзних заходів за часів карантину не проводилося, а ця послуга для багатьох ресторанів становила значну частину доходів.

Наступне питання: які нововведення, що з'явились під час пандемії, залишилися і після неї? Зрозуміло, що це, перш за все, доставка, як по меню ресторану, так і доставка напівфабрикатів. Взагалі доставка весною 2020 р. стала національною ідеєю ресторанного бізнесу в Україні: біля 70% закладів спробували себе у цій послузі. Щодо QR-кодів на столах у ресторанах, то вони для багатьох клієнтів виявилися незручними, споживачі досить нервово реагували на це нововведення. Також QR-коди не сприяли можливості додаткового замовлення, ймовірність якого було значно вищою, коли офіціант приносив меню повторно. Отже, QR-коди не витиснули з ресторанного обслуговування паперові меню, як передбачалося.

Як вплинув карантин на розвиток ресторанів з українською та іноземною кухнями? Хоча останніми роками у Києві стабільно зростало число ресторанів з грузинською кухнею, цей тренд вже майже вичерпав себе. У моду починають входити фуд-холи - такі, як Kyiv Food Market (місце проведення першої прес-конференції В.Зеленського в якості президента України) або проєкт Д.Борисова на Бесарабці, де представлено багато закладів з різними концепціями. Це віддзеркалення популярного світового тренду у ресторанному бізнесі – створення мультикулінарних закладів. Спостерігається зростання цікавості до італійської кухні, а саме до альтернативи піцци – пінці. Різниця між ними - у тісті: у пінці воно легше - з трьох видів борошна – соєвого, рисового та пшеничного. Набирає обороти мексиканська кухня – біля велодрому у Києві вже відкрився відповідний ресторан. Але ця кухня не стане у нас настільки масовою, як грузинська, оскільки остання це – виготовлення недорогого продукту з місцевих, українських інгредієнтів, з Грузії достатньо привезти лише спеції, а решту - робити в

Україні. В результаті у грузинському ресторані за невеликі гроші можна гарно поїсти, а страви мексиканської чи італійської кухні обійдуться значно дорожче.

Щодо української кухні, то є різниця між регіональними кухнями (наприклад, галицькою та полтавською), але на даний час найбільш популярним є варіант домашньої сільської кухні, що з одного боку - добре, а з іншого – вже ні. Ще 10-15 років тому національні ресторани були обов'язково оформлені у вигляді сільської хати, офіціанти – у шароварах, а з їжі - борщ, вареники, голубці і сало. Усе це було більше подібне на атракціон для приїжджих, так, кияни гостя з Америки ведуть, першою чергою, в такий ресторан, а самі практично до них не ходять. Пояснення: при погляді у меню на борщ за 200 грн. у людей включається внутрішній лічильник і вони розуміють, що в домашніх умовах собівартість такої тарілки буде 35 грн. Саме тому українців більше цікавлять кухні інших країн, а у цих країнах – навпаки, перше місце за популярністю займають свої національні страви. Але українська кухня є значно ширшою, ніж її сільський варіант. Чого тільки вартий «гетьманський борщ», який «придумав» гетьман України Іван Скоропадський, якого так і називали «ясновельможний пан гетьман … борщів». Українці починають розуміти та цінувати відмінності та смаки регіональних кухонь, тієї самої карпатської, галицької, одеської тощо. Ця тенденція і має призвести до відкриття нових українських ресторанів у ході післявоєнного відновлення українського туризму. При цьому, за думкою експертів, свою популярність збережуть концептуальні заклади (ресторани та кав'ярні) на кшталт львівської «Криївки», чи вінницького ресторану «Кінь у протигазі». Останній - це ресторан–паб, що знаходиться на вул. С.Петлюри, 20. Його інтер'єр виконаний у стилі мілітарі: в одній із арок можна побачити навіть кулемет, стільці біля барної стійки – на кшталт сідел, а столові прибори подаються в армійських казанках. Офіціанти – у петлюрівках (у таких м'яких кашкетах ходили воїни УНР). На стінах – фото військового життя початку ХХ ст. на деяких з них можна побачити коней у протигазах (так захищали тварин від газових атак під час І Світової війни). Тут не тільки дуже атмосферно, а ще й смачно, а головне – пропонують страви подільської кухні, наприклад, паштет у кахлях (по суті це – пиріг з начинкою з ліверу та печінки, родзинка у тому, що тісто запікають у кахльових формах), а на десерт можна замовити вінницькі сластіони – аналог лінивих вареників, тільки в них ніжніше тісто, подібне до

мусу, подаються з вишневою підливкою. Вінниця, останнім часом, стала відома і іншими цікавими закладами гостинності, наприклад, рестораном єврейської кухні «Марсель», рестораном «Нова провінція» з літньою терасою на даху місцевого «хмарочосу» - десятиповерхового будинку, рестораном «Вінницька реберня», де основна страва - реберця.

Щодо Києва, то тут незмінним успіхом користуються і зараз ресторани класу люкс «для еліти»: «Санахант Лаунж» на вул.Грушевського, «SanPaolo» у Музейному пров., «SanTori» на Подолі, «Гірчиця» та «Липський особняк» на Печерську, незважаючи на те, що ціни тут – «захмарні» як для пересічного українця. Не дуже постраждали від пандемії коронавірусу й інші ресторани преміум-сегменту у м.Києві (табл.26.1).

Таблиця 26.1. Найдорожчі ресторани Києва.

№	Назва	Особливості
1.	«Велюр»	Не перший рік займав лідируючі позиції на ресторанному ринку столиці. Основні відвідувачі - знані українські політики. Ціни – захмарні, на рівні середньої української зарплати і вище.
2.	«Монако»	Відомий ресторан середземноморської кухні.
3.	«Lamour»	Атмосфера і ціни Парижу.
4.	«Cartel»	Висока європейська кухня, високі ціни та рівень обслуговування.
5.	«Dolce»	За мотивами Італії, світла та простора зала.
6.	«MonAmi»	Найкраще підходив для зустрічі з друзями, є літній майданчик.
7.	«Azteca»	Відзначався демократичними цінами (якщо порівнювати з топом).
8.	«Мі П’яче»	Для родинного відпочинку, спокійна атмосфера.
9.	«Інтерконтиненталь»	Розміщений в готелі, пропонувався сніданок або окреме харчування.
10.	«Тераса»	Дорогий ресторан – салон, для активної молоді.

Інші світові оригінальні ресторанні концепції також використовувалися в Україні. Наприклад, до них належала «Їжа в повітрі», коли пристібнутого клієнта піднімали на платформі на 50 м – це називалося «Dinner in the Sky». Вони гастролювали у різних країнах, а 2013 р. були у Києві. Досвід «Їжі у темряві» пропонував бар на київському Подолі під назвою «Темний». Але вони були закладами одноразового відвідування,

лише атракціонами, щотижня там ніхто не обідав. Тому бар «Темний» на Подолі не вижив. «Жертвами» карантину також стали ресторани Ані Лорак і Потапа, відкриті у Києві свого часу. Експерти пояснили це тим, що кожний повинен займатися своєю справою, у світі теж небагато прикладів, коли зіркам вдавалося надовго відкрити успішну ресторанну мережу. Закрився паб «25» - місце зустрічі затятих вболівальників «Динамо», зникла варенична «Перемога» на вул.Софіївській, де пропонували «радянські» бутерброди зі шпротами та «макарони по-флотські» у «радянських» тарілках, а також кав'ярня «Соляна печера» з стінами із закарпатської солі. У той же час у Києві відкрилося багато кав'ярень і ресторанів з яскравим креативом, це: ресторани «Канапа», «Остання барикада», «Спотикач», «Любчик», «Палата №6», «Банка», кав'ярня-бар «Chicken Kyiv», гриль-кав'ярня «Ватра». Крім цього у напвпідвальному приміщенні на Хрещатику відкрилась філія львівського театру пива «Правда», фішкою якого є живий оркестр, а бар «Velocity» біля Протасового Яру відкрив пункти оренди сноубордів та лиж. До цього часу популярною залишається кав'ярня «Friends», створена для фанатів відомого американського телесеріалу, а також «Львівські круасани». З іншого боку, деякі експерти вважають, що мода на креативні кав'ярні проходить, оскільки нині світовий тренд – не креатив, а отримання гастрономічного задоволення. Тому сучасні концепції ресторанного бізнесу йдитимуть від продукту, а ресторани спеціалізуватимуться на м'ясі, рибі, грилі, моцарелі.

Родзинкою ресторанної справи у Києві були т.зв. «секретні» ресторани та бари, відомі в Києві і до карантину (табл.26.2), але з настанням пандемії вони отримали друге життя. Про деякі з них ми вже згадували.

Таблиця 26.2. 10 «секретних» ресторанних закладів Києва

№	Назва	Адреса	Особливості інтер'єру та асортименту напоїв та страв
1.	«Палата №6», абсент-бар	Вул.Воровського,31А	Стилізований під лікарню. Знаходиться у підвальчику. Вивіски не має. Замість неї – табличка з написом «Передачі приймаються з…. до…..». На вході до туалету – напис «Урологічний кабінет». Великий вибір алкогольних коктейлів, абсента. Напої приносять у пробірках, мензурках, шприцах. Офіціанти вдягнуті у медичні халати. З

			їжі пропонуються салати та гарячі страви. Ціни – демократичні.
2.	«Стейк-хаус»	Вул.Володимирська, 49А	Київський ресторан Сави Лібкіна, основний заклад - в Одесі, у Києві – з 2017 р. Без вивіски. Вхід – за м'ясною лавкою. Площа – 500 м^2 . Відкрита кухня. Інтер'єр мінімальний, індустріальної фактури. Працюють кухарі з Ізраїлю, Німеччини. Є коктейльна карта.
3.	«Квартира №1»	Вул.Срібнокільська, 1	Інтер'єр - в атмосфері богемних 1960-х. Стиль радянської квартири з відповідними меблями і обстановкою. Кухня – європейська та японська.
4.	«Петрович», клуб-ресторан	Вул.Ярославська,5/2	В дусі СРСР – інтер'єр (годинник з зозулею, лижі на стінах, портрети та фото), музика. У меню: страви української та російської кухні (пельмені, котлети). Настільні ігри.
5.	«Паротяг», бар-ресторан	Кінотеатр «Київ», вул.В.Васильківська,19	Інтер'єр – вагон потяга. Відпочиває альтернативна молодь. Бар – цілодобовий. Кухня – європейська. Музика – арт-хаусна.
6.	«Chiken Kyiv», бар-лабораторія	Вул.Хрещатик, 15/4	Заклад Діми Борисова. Спеціалізується на стравах з курки. Доволі відомий. Але: за таємними дверями шафи знаходиться вхід до бару-лабораторії, де інтер'єр – у стилі 1970-х. Відомий експериментами з напоями: сервують прозорий томатний сік, віскі зі смаком ірисок.
7.	«Бар 13»	Вул.Рейтарська, 21/13	Знаходиться у підвалі, інтер'єр – цегляні стіни, свічки, старовинні лампи. Працює до 2.00. 60 посадкових місць. Пропонуються автрорськікоктелі: Long, Medium, Coupe, а також віскі, скотч., бурбон, лікери, пиво, сидр. Великий вибір кави, чаю. Розважальна програма: концерти, майстер-класи, ді-джеї.
8.	«Dopamine bar»	Вул.Саксаганського, 110	Два поверхи: 1-й – кав'ярня, підвал – коктейль-бар. Працює до 3.00. Пропонує алкогольні і безалкогольні коктейлі, закуски, бутерброди, випічку.
9.	«Loggerhead», гріль-бар	Бульв. Шевченка,1	Вхід – через телефонну будку, треба подзвонити і сказати пароль. Величезний вибір авторських коктейлів з оригінальною подачею. Працює до 1.00.
10.	«Остання барикада»	Майдан Незалежності,1	Заклад Діми Борисова. На вході – сказати гасло «Борітеся – поборете». Проводяться поетичні та музичні вечірки, лекції та майстер-класи. Меню: холодні закуски, м'ясні страви. Кухня: українська. Гарна винна карта, пиво, коктейлі.

Отже, мода на традиційні українські борщ, вареники і сало, якими приваблювали туристів з-за кордону, в умовах пандемії коронавірусу зменшилася - разом з туристами, яких не стало через карантин. Популярними стають заклади, де пропонуються страви з незвичайними інгредієнтами. Отже, пандемія Covid-19 та відсутність іноземних туристів

відбилися і на ресторанній сфері. Заклади, розраховані на гостей з-за кордону, змушені були закриватися або проводити ребрендинг. Навіть у львівському ресторані «Криївка», відомому своїм патріотичним меню і оформленням, повідомили, що відвідувачів у часи коронавірусу дійсно стало менше: «Наша мережа ще вижила. Але наскільки нам відомо, у інших львівських ресторанів були проблеми».

Натомість у моду увійшла осучаснена національна кухня з авторськими елементами: стали актуальними заклади з українською фьюжн-кухнею, наприклад, вареники з крабами, або деруни з ікрою. Саме таку кухню пропонувала «родина» ресторанів Д.Борисова. Але коронокриза на них теж відбилася: «Як ми прогнозували, саме в ресторанах з українською кухнею зменшення числа гостей є найбільш помітним – від 50 до 70%. У серпні 2020 р., з появою певного числа туристів у Києві, ситуація поліпшилась, але восени все повернулось до вихідних позицій», - вважає Д.Борисов. Щоб вижити, міркує він, слід знати свою аудиторію і креативити. У випадку ресторанів – це меню. Так, в ресторані «Канапа» можна скуштувати борщ з копченим чорносливом, груші в капусті, чорні вареники з судаком та українську буррату. А до ресторану «Остання барикада» клієнти приїжджають за українськими делікатесами – великою колекцією локальних сирів, устрицями та стейками з української мармурової яловичини. Раніше, щоб потрапити до «Канапи», столик слід було бронювати за два тижні. Нині, звісно, гостей стало відчутно менше, але вони все ж таки є. А це означає, що керівництво мережі зробить все можливе, щоб зберегти і розвивати ці проєкти.

Наприкінці можна сказати, що з ресторанів української кухні в Києві від коронавірусу не постраждали тільки ті, де приймали офіційні міжнародні делегації. Це Fairmont Grand Hotel на Подолі, Premier Palace Hotel на бульварі Тараса Шевченка, Inter Continental на Михайлівській площі. Серед основних страв в них, як і раніше - борщ, вареники та котлета по-київські. Але це - ресторани при готелях, де гарантовано були відвідувачі, «чужі там не ходили», за словами О.Насонової. Вона відзначала, що деякі ресторанні заклади, що закрилися під час крантину, виконали ребрендинг і пізніше відкрилися заново. Збереглися «родинні» мережі ресторанів, серед них – братів Гусовських та Д.Борисова. У них і отримала розвиток українська креативна кухня, яка стала нині найбільш популярною, з демократичними цінами. З туристичних міст, куди

приїжджали іноземці, від коронавірусу найменше постраждала Одеса, в ресторанах якої завжди пропонували «кухню-мікс», тобто не чисто українську, або єврейську, а авторську. Такі заклади як раз і виявилися цікавими не тільки іноземним туристам, але й українським громадянам з різним достатком.

Ще одна тенденція ковідного та постковідного часу – це переміщення ресторанного бізнесу з центру міст до їхніх периферійних районів, так, якщо в центрі Києва ресторани закривалися, то в спальних районах вони, навпаки, отримали розвиток. Це особливо помітно в Дніпровському, Оболонському та Дарницькому районах м.Києва, де є набережні Дніпра. Наприклад, Русанівська набережна нині перетворилася у цілу ресторанну вулицю. Споживачі зараз обирають заклади ближче до місця проживання, з гарним видом та транспортним сполученням.

Резюмуючи, можна сказати, що період пандемії викликав значні зміни у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу – як у світі, так і в Україні. Виникли нові форми туристичної активності, готельного бізнесу та ресторанної діяльності. Вони стали відомими у світі і отримали розповсюдження в Україні. Пандемія негативно відбилася не тільки на туристичній галузі, але й на ресторанному бізнесі в Україні. Число ресторанів зменшилося, зокрема в Києві, одночасно відбулася їх реструктуризація, у т.ч. в територіальному аспекті. Передусім закрилися заклади, що були розраховані на бізнес-центри. У цей список «невдах» потрапили й малі сімейні заклади, а також численні бари, яким просто не було чого доставляти та які, до того ж, мали обмеження по роботі. При цьому локдаун та карантин практично не відбилися на дорогих ресторанах Києва. Не закрились великі мережеві ресторани типу «Пузата хата», McDonald’s, KFC, піцерії Domino’s, оскільки ресторанні мережі завжди мали більші фінансові ресурси. Тому вони не тільки не закрилися, але й розвивалися. У них для цього були всі можливості: доставка, гарне розміщення, налаштовані бізнес-процеси. Також не закривалися елітні ресторани, що мали свою постійну клієнтуру. Отже, песимістичні сценарії розвитку сфери гостинності у період пандемії не справдилися, адже були прогнози, що карантин прибере з ринку 50-70% ресторанів та кав’ярень. Але по факту на початок 2021 р. закрилися всього 25%. За думкою експертів, цей бізнес не зник, до того ж він став більш гнучким та живучим. Але так вважалося за результатами другого локдауну . На жаль, до

нас прийшов і третій локдаун – карантинні обмеження у березні 2021 р. вслід за Львовом оголосив і Київ. Серед постраждалих опинилися ті самі ТРЦ, ресторани та заклади культури, де і так спостерігався мінімум відвідувачів.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Що таке геоторіальність туристичного процесу?
2. Чому динамічні показники розвитку світового туризму у 2019 р. "стали історією"?
3. Який вплив на гостинність здійснила пандемія коронавірусу COVID -19?
4. Чому в нинішніх умовах набув актуальності розвиток внутрішнього туризму в країнах світу, у т.ч. в Україні?
5. Які зміни у системі підготовки туристичних кадрів викликала пандемія коронавірусу COVID -19?
6. Як відбилась пандемія коронавірусу COVID -19 на розвитку науки про туризм — туризмології?
7. У чому сутність таких нових форм туристичного бізнесу та гостинності в умовах пандемії коронавірусу COVID -19, як тревел-шейминг, воркейшн, ворк фром хотел, стейкейшн, цифрові кочівники, тревел-пухирі?
8. Як вплинула пандемія коронавірусу COVID -19 на розвиток ресторанної галузі, як складника гостинності, в Україні та світі?
9. Які найдорожчі ресторани Києва і як на них вплинула пандемія коронавірусу COVID -19?
10. Які "секретні" ресторани Києва і як вони виживали в умовах пандемії коронавірусу COVID -19?

РОЗДІЛ 27. ЯВИЩЕ ВІДКЛАДЕНОГО ПОПИТУ, ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ ТУРИЗМУ У ПОСТКОВІДНИЙ ПЕРІОД

27.1. Відкладений попит, як двигун постковідного відродження туризму

2020 рік був украй невдалим як для глобальної туріндустрії, так і для туристичної галузі України. За даними Всесвітньої ради з питань подорожей і туризму (WTTC) частка туризму у світовому ВВП скоротилася за цей рік з 10,4 до 5,5%, а втрати у грошовому вимірі сягнули майже $ 4,5 трлн. Не стали винятком і подорожі класу люкс. Проте вже найближчими роками сектор елітного туризму зростатиме в середньому на 11% річних і 2027 р. сягне майже $ 1,2 трлн, прогнозують у індійській компанії ринкових досліджень Allied Market Research і для порівняння наводять відповідний показник за 2019 р.- $ 945,6 млн. Заможні клієнти стануть важливою частиною відновлення найбільш постраждалих від пандемії готельно-ресторанної, рекреаційно-туристичної й транспортної індустрій, погоджуються аналітики Федерального Резервного банку Нью-Йорка. І все це завдяки мільярдам доларів, накопиченим за період пандемії Covid-19 представниками середнього класу і багатіями з різних країн.

Це явище називається відкладеним попитом. Він вже вплинув на відновлення туристичної галузі в світі і в Україні у 2021 р., і, за прогнозами фахівців, буде діяти і в

наступних роках. Відкладений попит означає, що усі, хто так або інакше хотів, але не зміг реалізувати свої бажання поїхати на відпочинок до іншої країни, спробують це зробити у той момент, коли пандемія відступить і кордони максимально відкриються без особливих вимог до подорожуючих. Це підтверджують статистичні дані, що отримала найбільша світова платформа з бронювання житла Booking.com, яка здійснила опитування серед подорожуючих та оприлюднила результати свого масштабного дослідження, у якому взяли участь понад 24 тис. подорожуючих з 31 країни: відсоток бажаючих використати накопичені дні відпустки збільшився з 42 до 63%. Під час пандемії всі подорожі довелося відкласти, але вже у 2022 р. споживачі готові були сказати подорожам «так»: 72 % опитаних були згодні відправитися на відпочинок куди завгодно, якщо він доступний і фінансово можливий. Протягом довгих місяців багато потенційних туристів змушені були відмовитись від поїздок, веселощів і зустрічей з друзями, тому експерти прогнозують, що наступними роками подорожі стануть наймоднішим способом турботи про себе. Так, 79% опитаних відзначили, що поїздки позитивно впливають на їхній психічний та емоційний стан. Причина цього – змушене «ув'язнення» в квартирах і будинках під час пандемії, повсякденна метушня у закритому просторі, де люди працювали, виховували дітей, здійснювали онлайн-купівлі та, навіть, займалися спортом. Тому багато людей стали цінувати ще більше можливість вирватися з рутини. Як раз подорожі і виводять людей з стану нервового стресу: вони, як ковток свіжого повітря, дають можливість побачити нове, чути нові мови та куштувати страви нової кухні. Під час поїздок подорожуючі прагнуть повністю зануритись у іншу культуру та проникнутися «духом нового місця». Доведено, що нові та яскраві емоції діють на людський організм не гірше вітамінів, тому саме вони стануть новим типом турботи людства про своє ментальне та фізичне здоров'я. Фахівці туристичної галузі рекомендують споживачам: відправляйтеся туди, куди ви вже і не надіялися потрапити, куштуйте нові страви – на вас чекають незабутні враження, які допоможуть відчути радість життя.

Пандемія продемонструвала, що для людства є дійсно важливим, і тепер воно ще більше, ніж ніколи, стало цінувати свободу руху. Людям необхідно зустрічатися з іншими людьми. Zoom і онлайн-конференції всіх вже втомили – хочеться живого

спілкування. Саме тому 60% мандрівників висловились за знаходження нових знайомств під час подорожей. Можливо, для українців, які можуть вільно подорожувати не тільки до Туреччини та Єгипту, але і до багатьох європейських країн, бажання спілкуватися з іноземцями може видатися доволі дивним. Але у світі ще є Австралія, Нова Зеландія та Сингапур, які, як закрилися весною 2020 р., так тривалий час після того не впускали туристів, а місцеві мешканці не могли виїжджати за межі своєї країни. Повернення подорожей, відкриття країн світу для туристів найближчими роками означатиме можливості не тільки знову побачити друзів та членів родини, але й завести нові знайомства (до речі, 50% опитаних плекають надію зустріти під час поїздок свою «другу половинку»). Завдяки відеодзвінкам, які вже стали частиною повсякденного життя, багато з цих романів мають усі шанси продовжитися і після повернення подорожуючих додому.

За час пандемії людство навчилося використовувати по максимуму те, що знаходилось недалеко від дому. Люди стали активніше брати участь у житті своїх регіонів, у т.ч. підтримувати місцевий бізнес. Тепер мандрівники прагнуть робити це і у поїздках. Так, 58% вважають важливим, щоб їхні поїздки приносили користь місцевим спільнотам. 29% хотіли б дізнатися, як гроші, витрачені ними на подорож, вплинуть на розвиток місцевих спільнот. Дійсно, як допомогти місцевим мешканцям тих регіонів, куди ви плануєте відправитися у подорож, і не порушити їхній звичний уклад життя? Всесвітня туристична організація (UNWTO) закликає усіх до «свідомих подорожей» у наступні роки. Це означає: обирати для подорожі більш віддалені місця; залишатись там якомога довше, не змінюючи локацію кожні два дні. Для того, щоб змінити туристичний вектор, слід, по-перше, обирати немасові дестинації (наприклад, їхати не до Барселони, де і так повно туристів, а до спокійнішої Валенсії, де пляжі не гірші і багато культурно-історичних пам’яток). По-друге, обирати низький сезон для подорожей (так у Венеції туристів набагато менше у грудні, ніж у серпні, а місто є не менш прекрасним і під зимовими хмарами). По-третє, рекомендується відвідувати маловідомі місця, де місцеве населення не розбещене увагою туристів. У такий спосіб, можна взнати щось зовсім нове і допомогти економіці «нерозкручених» туристичних дестинацій.

З надходженням пандемії оселі у всьому світі перетворились на офіси та віддалена робота стала новою нормою життя. У багатьох офісних працівників протягом 2020-2021 рр. з'явилась можливість суміщати працю і поїздки (відпочинок). Про це згадується у попередньому розділі (термін «воркейшн»). З одного боку, це надавало можливість переміщень, не відриваючись від праці, з іншого – все одно не вдавалося по-справжньому зануритися у знайомство з новими місцями, культурою, в кінцевому підсумку – нормально відпочити. Багато людей просто втомилися від такого виду подорожей, коли доводилося постійно думати про працю. Саме тому 73% опитаних заявили, що у поїздках наступними роками не хочуть займатися робочими справами: віддалені працівники прагнуть таким чином відновити здоровий баланс між працею та особистим життям. Отже, припиниться практика суміщати працю та поїздки, брати на відпочинок комп'ютер, приймати повідомлення у месенджерах, поєднувати відпочинок і працю з тим, щоб не вигоріти, постійно думаючи про робочі процеси.

Багато з туристів розглядають поїздку до місця відпочинку, як вимушену необхідність, а не джерело задоволення та радості. Але оскільки за останні роки і так було мало можливостей подорожувати, то нині потенційні туристи скучили навіть за перебуванням у дорозі. Для 75 % опитаних подорожуючих доїзд до місця призначення може бути значно приємніший, якщо сприймати його, як частину подорожі. При цьому туристи тішаться не тільки подорожами потягами та літаками, так, 55% респондентів заявили, що їм не менш цікаво знайомитися з особливостями громадського транспорту в інших країнах та містах. Отже, після довгої вимушеної перерви у подорожах, навіть найзвичайніші речі виявляються новими.

Невизначеність стала постійним супутником нашого життя. Зміни відбуваються щоденно. Ми стали звикати до того, що у будь-який момент все може змінитися: можуть оголосити локдаун, вимагати сертифікати вакцинації у театрах та кав'ярнях, можуть закритися кордони через новий штам віруса, скасується довгоочікувана подорож. 2021-2022 рр. навчили споживачів не планувати свої подорожі далеко наперед, але не відбили бажання побачити світ. У майбутні роки потенційні туристи можуть справитися з цією невизначеністю завдяки технологіям. Згідно дослідженню, 63% опитаних вірять, що сучасні інформаційні технології допоможуть знизити ризики для здоров'я під час

відпочинку, а 62% вважають, що такі технології забезпечать менше хвилювання у поїздках. Для цього з'являються нові застосунки, у яких щоденно обновляється туристична інформація про вимоги країн до перетину кордонів. Можливо відслідковувати актуальну інформацію про авіарейси на сайтах аеропортів та в додатку flightradar24. У соціальних мережах з'являються повідомлення подорожуючих, у яких можна поставити довільне питання, яке цікавить, та отримати оперативну відповідь не тільки від туристів, але й від професіоналів у сфері туризму. Все це спрощує подорожі в епоху невизначеності.

27.2. С. Гадсон (США) про вплив явища відкладеного попиту на пост-ковідне відновлення туризму

Повертаючись до явища відкладеного попиту, як двигуна відновлення туризму у пост-ковідний період, то можна зазначити, що за час локдаунів домогосподарства в усьому світі нагромадили на $ 5,4 трлн більше за середній очікуваний рівень заощаджень (що перевищує фінансові втрати туристичної галузі за весь 2020 р. - $ 4,5 трлн) і тепер готові вільніше їх витрачати, зокрема на елітні подорожі приватними літаками та яхтами, на оренду шикарних вілл та цілих островів тощо. Так, уже зараз американці вводять пошуковий запит «розкішні готелі» частіше, ніж будь-коли за останні 15 років, констатують у Google. А мандрівники, які відносять себе до категорії заможних, зізнаються, що протягом року планують здійснити в середньому чотири подорожі (за результатами опитування американської компанії туристичного маркетингу MMGY Global).

У постковідний період виник високий відкладений попит на дорогі тури, відмічає Саймон Гадсон, професор Коледжу індустрії гостинності, ритейла та спорту при Університеті Південної Кароліни (США), автор наукового дослідження «COVID-19та його вплив на туризм: питання, відповіді, результати» (англ. Covid-19: Travel Impacts, Responses and Outcomes), опублікованого у вигляді окремого видання. Професор згадує, як спілкувався з топ менеджерами люксових американських туроператорів і ті констатували: замість того, щоб скасовувати заплановані подорожі, клієнти залюбки їх відкладають. Тепер популярні серед заможних клієнтів країни, що раніше за інших відкрили свої кордони для туристів, включаючи Мальдівські острови, Об'єднані

Арабські Емірати та держави Карибського басейну, активно залучають відпочивальників. «Самим же мандрівникам аж свербить, як хочеться знову подорожувати, і вони готові щедро витрачатися на якісний відпочинок із сім'єю чи друзями» - зазначає С.Гадсон. Ще один приклад дестинації для обраних – італійське містечко Портофіно на узбережжі Лігурійського моря, дорогий курорт, широко популярний серед зірок і багатіїв з усього світу. Зазвичай влітку тут велелюдно, проте не в часи пандемії. За словами Анджели Г'юз, власниці турагенства «Trips and Ships Luxury Travel» у Флориді (США), яка вже більш ніж 35 років займається організацією елітних турів, «хоча серпень вважається високим сезоном, зараз тут нескладно забронювати столик для вечері і людей зовсім небагато». Подорож до спустілого через пандемію міста вона називала чи не єдиною можливістю отримати максимально автентичні враження про Італію. Маріанна Сігала, професор туризму факультету бізнесу в університеті Південної Австралії, також вважає, що відсутність туристичних натовпів, а також здорожчання подорожей після пандемії створюють ідеальні умови для розвитку люксусового сегменту туристичної індустрії. До популярних серед австралійців напрямків, що відповідають таким вимогам, М.Сігала зараховує острови типу Мальдівів та Філіпін, а також будь-які інші країни з можливістю приватного усамітненого відпочинку. Своєю чергою А.Г'юз розповідає, що серед заможних американських мандрівників найбільш затребуваним напрямком після пандемії стала Африка. Підвищеним попитом серед клієнтів її агентства стали користуватися також тури до Греції, Італії й Таїті, а на деякі напрямки виник ажіотажний попит, так, гарячими пропозиціями залишаються експедиції класу люкс до Антарктики, Ісландії, Гренландії, а всі місця на круїз до Ісландії були розкуплені вже першого дня продажів. У компанії Lindblad Expeditions, що займається ексклюзивними круїзами, підтверджують, що така тенденція існує. Там стверджують, що зріс попит на їхній 35-денний тур до Антарктики вартістю від $ 50 тис., а його бронювання на 2022 р. навіть перевершило допандемійний рівень. Також через велику кількість охочих здійснити літній круїз на Аляску ця фірма збільшила кількість круїзних суден на цьому напрямку з двох до чотирьох.

У постпандемійному світі споживачі матимуть вищі очікування, а пріоритетом для них стане ситуація у сфері охорони здоров'я і гігієнічні стандарти туристичних країн та

об’єктів, підкреслює С.Гадсон. Тому люксові туроператори, готелі та цілі держави активно пристосовуються до нових потреб і побажань мандрівників постпандемійного світу. Так, Дубай та Мальдіви свого часу просували ідею «вакцинної відпустки» - поєднання елітного відпочинку з курсом вакцинації, а елітні п’ятизіркові готелі по всьому світу запровадили нові протоколи безпеки. Так, готель Bucuti & Tara Beach Resort на Арубі запровадив безконтактну реєстрацію гостей, щоденний скринінг здоров’я персоналу та організував внутрішній пункт тестування на Covid-19 із негайною відправкою електронною поштою результатів, отриманих того самого дня. Французька готельна мережа Accor обладнала свої готелі технологією Accor Key: під час заселення гості завантажують спеціальний застосунок для смартфонів та отримують віртуальний ключ до номера, а також до ліфтів, конференц-залів та інших приміщень готелю. Ще один приклад – австралійський готель Pier One Sydney Harbour, що пропонує гостям вибір дезінфікуючих засобів для рук від низки місцевих брендів, для чого запровадили посаду «сомельє дезінфекторів», А в курортному готелі Anantara Veli на Мальдівах туристами займається спеціально виділена людина «опікун гостей», що має стежити за дотриманням правил охорони праці та безпеки в усіх точках контактів туристів із персоналом. Подібні «досвіди, що зцілюють душу», а також оздоровчі та велнес-тури стали особливо популярними серед подорожувальників постковідної «ери», вважає А.Г’юз: заможні мандрівники подорожують, аби відновити зв’язок зі своїм глибинним «я», і не шкодують на це ні часу, ні грошей.

Отже, у світовому туризмі постковідних часів спостерігається чіткий тренд до збільшення вартості і тривалості подорожей, внаслідок відкладеного попиту, що підтверджують результати опитування мандрівників: понад 60% туристів планують витратити на поїздки в майбутні роки більше, ніж зазвичай, оскільки вони не могли нормально подорожувати у 2020 – 2021 рр. Такий висновок зробили автори дослідження Amex Trendex від американського банку American Express за результатами опитування жителів Австралії, Канади, Індії, Японії, Мексики, США та Великої Британії. Українка Тетяна Калета з Ужгорода також підтвердила, що на подорож до Мальдівів її родина витратила більше, ніж зазвичай витрачає на закордонну відпустку, оскільки за карантин

вони скучили за подорожами, оскільки чотири місяці зовсім не виходили з дому і влітку 2020 р. не подорожували – берегли себе.

Після пандемії дедалі більшої популярності серед мандрівників набувають саме ті тури, що раніше пропонувалися у люксовому сегменті, наприклад, відпочинок у дикій місцевості; подорожі з метою лікування та оздоровлення; етичний туризм і мандрівки з проживанням у приватних оселях. Крім того, туристи намагаються уникати натовпів і локацій з надмірною кількістю відвідувачів (овертуризму). Усі ці тренди сприятимуть розвиткові елітного туризму, вважає С.Гадсон. Не менш оптимістично налаштовані гравці світової індустрії елітних подорожей та гостинності: вони не баряться відкривати нові об'єкти та маршрути. Так, у Дубаї відкрився розкішний готель SLS Dubai із двома панорамними басейнами на 75 поверсі, а вже скоро тут на штучному острові Пальма Джумейра має відчинитись для туристів суперлюксовий курорт The Raffles Palm Dubai із майже трьома сотнями номерів, кожен з яких має терасу з видом на Персидську затоку. Тим часом американська готельна мережа Ritz Carlton готується надати туристам три круїзні яхти вартістю близько $ 200 млн кожна. Два нових круїзних судна планують запустити і в Lindbland Expeditions, розширивши пропозицію своїх ексклюзивних круїзів такими напрямками, як Ісландія та Гренландія.

Проте повного відродження елітного туризму ще доведеться почекати, попереджає С.Гадсон. При цьому відновлення глобального туризму дуже залежить від Китаю – найбільшого туристичного ринку у світі. Протягом усієї пандемії країни намагалися знаходити баланс між здоров'ям і грошима та продовжуватимуть робити це, поступово відкриваючи двері для туристів. Тож ключем до відновлення подорожей буде затухання поширення пандемії Cowid-19 у світі.

27.3. Пост-пандемійне відродження туризму в Україні

Вищевказані тенденції відновлення світового туристичного процесу в пост-пандемійний період внаслідок дії явища відкладеного попиту проявилися і в Україні. Цей вплив кодується декількома термінами – назвами – у виїзному (закордонному), в'їзному (іноземному) та внутрішньому туризмі. Так, у виїзному туризмі явище туристичного «сплеску» внаслідок відкладеного попиту, який, за оцінками, склав в

Україні біля $ 10 млрд, знайшло відображення у таких назвах популярних туристичних дестинацій:

1. *Мальдіви, Домінікана*. Сплеск цікавості українських туристів до таких екзотичних та коштовних турів став дійсно несподіванкою 2021 – початку 2022 рр. *Мальдіви*: цей недешевий (м'яко кажучи) туристичний напрям тільки у першій половині 2021 р. обрали 25 тис. наших співвітчизників і, у такий спосіб, українці стали третьою за чисельністю групою іноземних туристів на Мальдівах, поступившись лише німцям та індійцям. *Домінікана*: за словами О. Кулика, керівника мережі туристичних агенцій «Поїхали з нами», такого обсягу туристів до цієї країни, як 2021 р., ніколи раніше не спостерігалося: Домінікана вважалася чимось особливим, куди менш ніж за $ 5 тис. на двох не потрапиш. А 2021 р. це можна було зробити за $ 2,5 - 3 тис. Тому Домініканська республіка для українських туристів у пост-пандемійний час стала масовою дестинацією. Причин цього - декілька: по-перше, у далекомагістральних дестинацій нині майже немає альтернатив; по-друге, практично всі готелі у цій країні працюють на засаді «Все включено»; по-третє, українських туристів, сюди пускали без ПЛР-тестів. Отже, станом на кінець 2021 р. у Домінікану можна було полетіти за ціну 60-70 тис. грн. за двох на 7-9 днів з проживанням у готелі 4-5*.

2. *Занзібар*: цей тропічний острів біля узбережжя Південно-Східної Африки, який є частиною держави Танзанія, на початку 2021 р. став справжньою «Меккою» для українських туристів, оскільки усі інші дестинації типу «3 S» (англ. Sea – море, Sun-сонце, Sand – пісок) були закриті через корона-вірус, а Занзібар залишався відкритим для українців. При цьому сприятливими чинниками були: а) спрощення візового режиму; б) запровадження прямих авіарейсів Київ – Занзібар українською бюджетною авіакомпанією SkyUp з кінця 2020 р. Причому такий тур був недешевим – коштував понад $ 1 000, тобто 30-40 тис. грн. Але це не зупинило українських туристів, спраглих подорожей за карантинний 2020 р.: щоденно з аеропорту Бориспіль до Занзібару виконувалося декілька рейсів літаками Боїнг, які брали на борт по 200 пасажирів (20 туристичних груп). Цей факт виявився, коли один з літаків поламався, і українські туристи змушені були чекати на справний літак у аеропорті Занзібару 2 доби. Між іншим, серед цих туристів виявилося цікаве подружжя молодят – «Настя з Уханя»

(відома тим, що відмовилася виїжджати з українськими громадянами, яких евакуювали з цього міста через Covid-інфекцію, тому що їй не дозволили взяти з собою свою собачку) та її чоловік – голова Міграційної служби України. Занзібар і нині належить до популярних турів в Африку, які всі були розкуплені на Новорічні свята 2022 р., хоча турагенства радять не здійснювати раннє бронювання турів, щоб виключити непередбачувані обставини. Танзанія і Занзібар знаходились у п'ятірці найпопулярніших закордонних туристичних напрямків в Україні станом на початок 2022 р.

3. *Туреччина, Єгипет, ОАЕ* – ці популярні раніше напрямки були призупинені у 2020 р., але коли були зняті обмеження на в'їзд українських туристів влітку 2021 р., то туристопотік швидко відновився, і у червні – серпні 2021 р. з аеропортів Києва (Бориспіль) та Львова щоденно на курорти Туреччини відправлялося по декілька рейсів. При цьому українським туристам навіть не перешкодили пожежі на турецьких курортах, які сталися того року посеред сезону. Станом на кінець 2021 – початок 2022 рр. Туреччина та ОАЕ займали друге місце за популярністю серед українських туристів, а от Єгипет став найпопулярнішою закордонною дестинацією.

У в'їзному туризмі в Україні відкладений попит призвів до принаймні двох випадків овертуризму (це відповідь на питання, чи можливий овертуризм в умовах пандемії Covid-19):

1. Місце туристів з Білорусі, які в минулих роках, особливо влітку, зупинялись надовго в сітьових готелях Києва, Одеси, Львова та Закарпаття, а у 2021 р. зникли внаслідок припинення авіасполучення між нашими країнами, зайняли туристи з *Саудівської Аравії, Катару та Об'єднаних Арабських Еміратів,* оскільки Західна Європа була закрита через Covid-19, а Україна для них скасувала візи і, до того ж, відкрилися прямі регулярні авіарейси з цими країнами [7]. Вони приїхали до нас, тому що недорого, смачно і прохолодно (в них влітку температура повітря +50 C^o у тіні), до того ж – це був новий для них напрямок. Влітку 2021 р. ці туристи завітали в Україну, зокрема до Києва, Львова, Одеси та Буковеля часто, надовго, з родинами по 18-19 осіб, заселялися у дорогі готелі і пред'являли свої підвищені вимоги (наприклад, обов'язкову наявність біде у ванних кімнатах готелів). У готельних ресторанах арабські туристи

вимагали халяльної їжі (м'ясо корів і овець, вирощених і забитих за правилами ісламу), а якщо такої не було, обирали вегетаріанське меню і пісний борщ. Львівські ресторани навіть провели розвідку, хто в регіоні може продукувати халяльну їжу і виявилось, що з цим у Львові великі проблеми.

У мусульман *халяльною* називається їжа, що дозволена до вжитку, при цьому є певні обмеження, приблизно такі самі, як і в інших релігіях: не можна їсти м'ясо тварини, яка померла своєю смертю або в результаті непередбачених зовнішніх чинників – повені чи пожежі. Заборонено забивати тварин без мети і без вживання імені Аллаха, вживати в їжу хворих тварин та вагітних самок; бажано також, щоб тварини не бачили, як знищують інших тварин. Суворо заборонено вживати в якості їжі кров, а тому для забою худоби не можна використовувати електричний струм, оскільки при цьому відбувається розрив капілярів і виникає крововилив у тканинах (іншими словами, кров не зливається, а просочує м'ясо, і воно перестає бути халяльним). Також мусульманам заборонено їсти свинину і продукти створені на її основі, навіть коли свинини в них міститься зовсім небагато. До речі, точного визначення, чому мусульманам заборонено їсти свинину не має, але є припущення: деякі вважають що свиня - не чиста тварина, а ще Гіппократ говорив «Ти є те, що їж». До мусульманської (і іудейської) релігії цей вираз увійшов буквально. Не виключено також, що заборона на свиней витікає з наступного твердження Корану: «Той, кого прокляв Аллах і на кого він розгнівався, і зробив з них мавп і свиней …», тобто поїдання свинини рівносильно вживанню в їжу тварин, проклятих Аллахом. Є ще припущення, що витікає з попереднього: споживання свинини заборонено з тієї причини, що організм цієї тварини більш, ніж інших (не рахуючи тієї ж мавпи), подібний до людини; до того ж свині хворіють на ті ж самі хвороби, що і люди, а деякі паразити, що живуть у свинях, не гинуть під час термообробки – тобто сенс у цій забороні напевно є.

Загалом влітку 2021 р. Україну відвідало понад 30 тис. туристів з арабських країн. Пані в абаях, що повністю закривали обличчя, та їх кавалери у світлих костюмах стали звичним видовищем влітку 2021 р. на київському Хрещатику та на площі Ринок у Львові, а готелі в Карпатах навіть почали перекладати меню ресторанів арабською мовою. Україну арабські туристи відкрили з легкої руки блогера, який побував у Києві і

описав місто, як «недорогу Європу», тим більше, що «дорога Європа» для заможних арабських туристів була під замком через Covid-19. Їхній стиль подорожей – більше шопінгу, менше екскурсій. Це перші багаті закордонні туристи, яким вдалося «продати» львівський дощ. Подорожували вони великими родинами – навіть по 18-19 осіб. За думкою голови Об'єднання учасників ринку туризму України А.Тараненко, туристи з арабських країн - це був порятунок для українського туризму в постпандемійних умовах. Висока платіжоспроможність дозволила їм витрачати в Україні по $ 2,5 тис за 5-7-денну поїздку. Дані по Львову показали, що ці туристи витрачали по $ 1 тис. щодоби, а авіаквиток в один бік обходився в $ 700 з особи. Відповідно за літній сезон 2021 р. заробіток України на гостях з Близького Сходу склав понад $ 100 млн. Одночасно виявилися і проблеми обслуговування туристів з арабських країн – це, насамперед, брак гідів, які знають арабську мову, особливо у Львові. А ще саудівці категорично не люблять піших екскурсій центром міста, в них не прийнято багато ходити пішки, тому у львівських «Чудо-бусі» та «Чудо-поїзді» були запроваджені аудіоекскурсії арабською мовою. Саудівців також зацікавили поїздки у Карпати, до Буковеля.

Місто Умань – 2021, що означало прибуття до Умані в кінці вересня 2021 р. на свято єврейського 5780-го (за іудейським календарем) Нового року Рош ха-Шана рекордної кількості хасидів – понад 50 тис., що в 15 разів більше ніж 2020 р. Якщо попередній рік був для них невдалим, тому що через локдаун було заборонено в'їзд до України, то вересень – початок жовтня 2021 р. виявився сприятливим для подорожей в Україну паломників з Ізраїлю – без локдауну. Рош ха-Шана, за ініціативою президента В.Зеленського, отримав в Україні статус національного свята, тому м.Умань у 2021 р. пережило справжню навалу хасидів. Хасиди належать до ортодоксальної гілки іудаїзму, засновник якої цадик Нахман похований в Умані. Для кожного хасида побувати на могилі цадика Нахмана в іудейський Новий рік означає прощення усіх гріхів за рік минулий та щастя на рік майбутній, тому хасиди з Ізраїлю, США, Західної Європи та інших країн світу вже понад 30 років (за радянських часів такі подорожі були неможливими) з'їжджаються на цю дату до Умані. Хасиди переважно люди не бідні (так, у м.Амстердам, Голандія вони контролюють усю торгівлю діамантами і алмазами), а от слова «дякую» вони не стосують, оскільки готові платити за кожну послугу. Це

враховують мешканці м.Умані, беручи плату з хасидів за усі можливі послуги, (наприклад, показати потрібну вулицю - $ 5, піднести валізу - $ 10, продати кролячу шапку, оскільки хасиду треба мати на свято на голові щось пухнасте, - $ 30-50). І взагалі місцевий базар з приїздом хасидів переходить на американські долари і інші ціни (приміром, літрова пляшка кока-коли продається хасидам за $ 5, у той час як для місцевих мешканців напій коштує пару десятків грн.). При цьому хасиди люблять торгуватися, це на півгодини як мінімум. Але останнім часом вони стали хитрішими – за покупками йдуть до супермаркетів. Також заробляють на хасидах місцеві таксисти, власники готелів, закладів масового харчування, продавці на ринках та в магазинах. Свою вартість має і ліжко-місце для хасида – ще недавно це становило $ 100 / доба, а нині – вже $ 200. Хасиди приїжджають приблизно на 10 днів, отже можна порахувати, якою буде кінцева сума. Мешканці Умані здають хасидам на цей період свої квартири, де ставлять двоповерхові залізні ліжка: якщо це двокімнатна квартира, то вона здається 7-8 хасидам, а самі мешканці переїжджають до родичів у село. Але квартира після перебування хасидів має жалюгідний вигляд, оскільки вони не прибирають за собою – їм це забороняє релігія. Могила цадика Нахмана знаходиться на старому єврейському цвинтарі Умані – в самому кінці головної вулиці міста Пушкінській. Далі українська провінція закінчується і починається суцільний «Єрусалим»: тут утворився цілий хасидський квартал з написами на івриті, кошерними їдальнями (найбільша на 10 тис. осіб), численними кошерними ресторанами та готелями, а також приватними будинками (ціна яких дорівнює цінам на Хрещатику). Будується найбільша в Україні синагога. Але місць проживання для хасидів все одно не вистачає і вони змушені орендувати квартири. У такий спосіб мешканці Умані заробляють на хасидах значні кошти. Питання перебування хасидів в Умані на єврейський Новий Рік узгоджено з урядом Ізраїлю, який направляє сюди на цей термін свою поліцію, яка тісно співпрацює з українською. Це дозволяє уникнути можливих конфліктів та сутичок, причому за серйозні порушення хасидам загрожує депортація з України без права в'їзду на наступний рік. Якщо раніше хасиди селились компактно біля могили Нахмана, то зараз вони заповнюють майже всі райони міста Умані. Багато з них нині приїжджають до України не тільки у справах духовних, але й на дешеві, у порівнянні з Ізраїлем та іншими

країнами, шопінг, лікування, спа-обслуговування, тобто крім паломницького туризму в Умані, завдяки хасидам, отримують розвиток і інші напрямки туризму. На хасидах може заробляти і держава, якщо побудує тут відповідну готельну базу, кошерні ресторани, забезпечить хасидів кошерною їжею на зворотню дорогу (кошерні страви можна створити з українських продуктів, але приготовлених в особливий спосіб) тощо.

Взагалі *кошерна кухня*, притаманна іудейській релігії, передбачає досить суворі обмеження у порівнянні, для прикладу, з християнською релігією. Так, забороняється споживати яйця птахів з однаково гострими чи тупими кінцями. Це може видатися дивним, але у дійсності все пояснюється дуже просто: яйця такого кшталту звичайно належать хижим птахам, а споживання хижих птахів може, згідно іудейським віруванням, передати людям агресивність цих пернатих. Отже, правовірним євреям можна їсти лише кошерну їжу. Слово «кошерний» можна перекласти, як підходящий». Тобто їжею, підходящою для іудеїв, вважається м'ясо тільки тих тварин, які є одночасно парнокопитними і жвачними, приміром, овець, оленів, жирафів їсти можна, а от свиней та бегемотів вже ні, оскільки вони парнокопитні, але не жвачні. Зайців теж їсти не можна, хоча вони не парнокопитні, хоча, згідно Біблії, жвачні. Дуже важливим аспектом в іудейській кухні є приготування кошерного м'яса: шохети, тобто професійні різники, спочатку повинні перевірити тварину на відсутність будь яких хвороб; далі вони повинні вміти забивати худобу так, щоб тварина помирала без болю (уві сні); м'ясо в жодному випадку не можна колоти ножом, а сало та жили обов'язково слід видалити, оскільки вони не кошерні; вся кров теж повинна бути вилучена – іудейська релігія, як і християнська забороняє вживати кров у їжу (ця заборона пов'язана, першою чергою з тим, що кров є символом душі всіх божих створінь. Також жорсткі обмеження в хасидській кухні стосуються і морепродуктів: їсти дозволяється тільки те, що має луску та плавники, тобто рибу у чистому вигляді, відповідно з іудейського меню виключаються молюски та ракоподібні. Є в іудейській релігії і така заповідь: «Не вари козеня в молоці матері його», що в буквальному сенсі означає, що не можна одночасно використовувати молоко і м'ясо однієї і тієї ж тварини. Пояснення цієї заборони полягає у тому, що м'ясо вважається символом смерті, а молоко, навпаки, є символом життя, що зароджується. Раніше була ще заборона кип'ятити молоко, адже воно має зв'язок з своїм

джерелом – коров'ячим або козячим вим'ям; вважалось, що кип'ятіння «зіпсує» худобу, знизить надої чи взагалі позбавить її молока.

До речі, з 2017 р. хасиди повинні сплачувати туристичний збір – 5 % від мінімальної зарплати в Україні. Уманська міськрада встановила на 2021 р. максимальну ставку туристичного збору з іноземних туристів – 300 грн./доба з людини за умови, що вона проживає в приватному будинку, і 150 грн., якщо проживає в офіційно зареєстрованому готелі, що сплачує податки. Для міста Умані хасиди – додаткове навантаження на міську інфраструктуру – водо-, енергопостачання, а також на вивіз сміття. Держава Ізраїль готова брати участь у спільних зусиллях по вирішенню цих питань – про це домовились у посольстві України в Ізраїлі з метою розвитку міста Умані, як міжнародного центру паломництва хасидів. У межах «Великого будівництва» Умань повинна стати одним з «25 магнітів» країни – ця ініціатива має метою популяризацію України для туристів. Відповідно в Умані передбачалося збудувати міжнародний аеропорт, вертолітний майданчик, комплекс «Маленький Єрусалим» у складі історичного музею і парку, сміттєпереробного підприємства, а також реконструювати синагогу, міські мережі водопостачання та каналізації, запровадити нові автобусні та залізничні маршрути.

Новинкою туристичного сезону 2021 р. у *внутрішньому туризмі* України став проєкт *Camino Podolico*, який презентували 15 липня 2021 р. у Вінниці. 25 липня – це День святого Якова, до мощів якого в Іспанії прокладено десятки європейських пішохідних маршрутів – Каміно, якими щорічно проходять тисячі пілігримів та туристів. Цим літом шматочок Каміно з'явився і в Україні – це, власне, і є Camino Podolico. В Іспанії знаходиться третя після Єрусалиму та Риму католицька святиня – місто Сантьяго-де-Компостела, в центрі якого – собор Святого Якова, у якому зберігаються мощі Якова Зеведеєва, одного з 12 апостолів Ісуса. Після воскресіння Сина Божого Яков відправився нести слово Боже на Іберійський півострів, в Іспанію. За декілька років проповідування Яков повернувся на землі Іудеї, де був страчений за наказом царя Агріппи І. Учні Якова поклали тіло до човна, який за деякий час прибило до берегів Галісії – Північно-Західної частини Іспанії. Довгий час на мощі святого не звертали увагу, поки в IX ст. їх не знайшов монах-відлюдник. Мощі перенесли до невеликого міста Сантьяго-де-Компостела, що було назване на його честь, де їм віддають шану і

нині. А що, святий Яков ходив по Україні? Таке питання ставили багато людей, дивуючись появі першого шматочка цього шляху на просторах нашої країни. У дійсності ж не Яков ходив, а до його мощів йшли і йдуть паломники-пілігрими. При цьому паломник може розпочати своє Каміно з довільної точки, навіть з порогу власного будинку. У такий спосіб мережа маршрутів св.Якова розрослася всією Європою і пролягають вони від однієї католицької святині, костела чи монастиря до іншого, поступово наближуючись до Сантьяго-де-Компостела. Останніми роками ці шляхи стали не тільки паломницькими, але й культурно-туристичними, ними рухаються не тільки за релігійними мотивами, але й прості туристи, які прагнуть більш предметно побачити країну. Українцям теж сподобався такий спосіб подорожей: щорічно шляхом св.Якова ходять вже не сотні, але тисячі пілігримів з нашої країни, так, 2019 р. до собору в Іспанії прийшли 1052 українця. Найближчі до України маршрути Каміно є у наших західних сусідів – у Польщі та Словаччині. Це означає, що і з України можна прокласти подібні шляхи. Особливо логічно це зробити на територіях, де раніше була Річ Посполита, оскільки тут знаходиться багато католицьких костелів та монастирів, через які можна прокласти маршрут.

Проєкт Camino Podolico, який презентували у Вінниці, має маршрут Вінниця-Кам'янець-Подільський. Проєкт реалізують міська рада міст Вінниці та Бару, територіальні громади Вінницької та Хмельницької областей у межах партнерської програми «Культура. Туризм. Регіони» Українського культурного фонду та Державного агентства розвитку туризму в Україні (ДАРТ). Цей проєкт поклав початок першому повноцінному українському пішохідному маршруту, створеному за моделлю шляху св.Якова (Camino de Santiago). Маршрут тільки запускається, але вже є розмітка, яку закінчили восени 2021 р. Узгоджена основна та альтернативна частини маршруту. Camino Podolico починається у Вінниці, в костелі Святої Діви Марії (біля якої споруджено пам'ятник св.Якову), далі шлях проходить через Гнівань, Браїлів, Жмеринку та Бар до Кам'янця-Подільського. Протяжність Camino Podolico – біля 250 км, маршрут прокладено другорядними дорогами та стежками, повз костели та старовинні маєтки, через ландшафтні парки, поля та ліси. Проходячи пішки мальовничими місцями українського Поділля, можна по-справжньому побачити красу

своєї країни, познайомитися з різноманітними традиціями, поспілкуватись з людьми. Отже, це не стільки релігійний маршрут, скільки культурно-етнографічний – для пілігримів та звичайних туристів, які прагнуть випробувати свої сили, взнати та побачити щось нове у власній країні. Усі бажаючі пройти маршрут можуть отримати паспорт пілігрима у Вінниці (в костелі Святої Діви Марії Янгольської), або у Барі (у Барській публічній бібліотеці та костелі Святої Анни). Подорожуючим цим маршрутом у певних місцях ставляться печатки в «паспорті пілігрима» , це можна зробити в храмах, культурних закладах та місцях ночівлі – готелях та монастирях. У містах Бар та Кам'янець-Подільський пілігримам, які пройдуть маршрут пішки і зберуть до свого «паспорта пілігрима» відповідне число печаток, видається іменний сертифікат про проходження маршруту. Також є домовленість з музеями музеями Кам'янця-Подільського, що з цим сертифікатом пілігрим може безкоштовно відвідувати екскурсії та експозиції.

Маршрут Camino Podolico розрахований на 10-12 днів шляху, в середньому треба проходити 20-25 км на день, що не дуже складно, враховуючи рельєф. Тільки на Хмельниччині починаються невеликі горби, які по факту достатньо похилі і їх нескладно долати, а на Вінничині частіше всього треба йти рівниною вздовж річок та полів. Обирати для такої подорожі найкраще неспекотну та суху пору року, але з цим можна не вгадати, оскільки влітку може бути спека до 40^0, а може статися циклон з дощами та грозами. Так, у червні на Поділлі часто дощить, а у липні – серпні достигають ягоди та фрукти, але може бути доволі спекотно. Отже, найкращий час для пішохідного походу цим маршрутом – вересень, коли ще не так холодно, але і не так мокро, як у наступні місяці. Бажаючим прийняти участь у пішохідному маршруті Camino Podolico не рекомендується брати багато речей, достатньо буде декілька футболок, декілька пар білля та шкарпеток та аптечку з врахуванням властивостей свого здоров'я та багато пластирів від мозолів. Обов'язково радять взяти панаму та сонцезахисні окуляри (коли сонячно), а також дощовик (коли дощить) – він хоч і не повністю врятує від дощу, але якась частина тіла залишиться сухою. Щодо взуття, то рекомендується взяти бігові кросівки з тканини з гарним протектором – вони не ковзають та швидко висихають після зливи. Туристу радять мати телефон, та додаткову батарею для підзарядки, оскільки слід

постійно звірятися з мапою, щоб не збитися з маршруту. Організатори Camino Podolico розробили електронний маршрут та висилають його за запитом подорожуючого разом з невеликим путівником. З організаторами можна зв'язатись за адресою: caminopodolico@gmail.com або підписатись на групу у Facebook www.facebook.com/camino.podolico.

Які ж результати запровадження першого в Україні пішохідного маршруту Camino Podolico (або Подільського шляху св.Якова), створеного за прикладом Іспанії: 1) Розроблено детальний маршрут Camino Podolico з повноцінною мапою у різних форматах для найпоширеніших програм; 2) створено довідник з вказівкою усіх місць проживання, харчування, пам'ятками культури, архітектури та історії, що трапляються на маршрути; 3) вказано місця, де видають паспорти прочанина, сертифікати про проходження маршруту та вклеюють відповідні наліпки; 4) видано паспорти пілігрима та сертифікати про проходження шляху; 5) нараховується вже більше 20 людей, які пройшли шляхом Camino Podolico; 6) виконано маркування маршруту – встановлено дороговкази та вказівні стрілки для руху пілігримів; 7) надано матеріали для мандрівників (сторінка Camino Podolico) за посиланням https://cutt.ly/3mDCnhI; перелік пунктів отримання наліпок за посиланням https://cutt.ly/8QPL4Fe; 8) український маршрут св.Якова «Camino Podolico» включено до Європейської мережі Camino (2023).

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Які особливості розвитку туризму у світі у постковідний час?
2. Який американський професор написав книгу про постковідний туризм?
3. Яке явище він вказав серед основних двигунів постковідного туризму?
4. Що таке «відкладений попит» та як він вплинув на розвиток постковідного туризму?
5. Які види туризму отримали спеціальний розвиток у постковідний час?
6. Як відкладений попит вплинув на постковідний розвиток туризму в Україні?
7. Які особливості та явища постковідного розвитку туризму в Україні спостерігались у виїзному туризмі?
8. Які особливості та явища постковідного розвитку туризму в Україні спостерігались у в'їзному туризмі?
9. Які особливості та явища постковідного розвитку туризму в Україні спостерігались у внутрішньому туризмі?
10. Що таке Camino Podolico та яка його роль у розвитку українського туризму?
11. Наведіть різниці між халяльною та кошерною кухнями.

РОЗДІЛ 28. ВОЛОНТЕРСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД (НА ПРИКЛАДІ М.КАМ'ЯНЦЯ-ПОДІЛЬСЬКОГО)

28.1. Туристично-логістична характеристика середньовічних фортифікацій м.Кам'янця-Подільського

Місту Кам'янцю-Подільському з його унікальною ресурсною базою для розвитку різноманітних напрямків туризму приділяється багато уваги в туристичній, географічній та історичній літературі, проте це не відноситься до характеристики його середньовічних фортифікацій з можливостями розвитку воєнного та волонтерського туризму та відродження туризму після перемоги. Метою розділу є розкриття можливостей розвитку туризму, зокрема волонтерського, в умовах військового стану в Україні через російську агресію та відродження туризму після перемоги (на прикладі м.Кам'янця-Подільського) з розкриттям логістичного аспекту.

Кам'янець-Подільський у недалекому минулому був повноправною столицею Поділля (Пониззя): у 1362-1395 рр. – князівства., з 30-х рр. XV ст. – воєводства у складі Польского королівства (пізніше Речі Посполитої); у 1672-1699 рр. – турецького ейялету (губернаторства) Османської імперії; з кінця XVIII ст. – Подільської губернії; у 1924-1940 рр. – області. Кам'янець-Подільський, який вважався в XV-XVIII ст. "ключом до Польщі", був відомий усій Європі як "твердиня християнства", "башта, створена рукою Божою". Місто являло собою природню фортецю, яка була потужно фортифікована та мала дві головні групи фортифікацій: міські укріплення та замок (Старий і Новий). Географічне розміщення міста є унікальним і не має аналогів в Україні: у глибокому каньйоні тече р.Смотрич (ліва притока Дністра), яка майже замкненим колом оточує скельний півострів. Середньовічна історична частина міста (Старе місто) з'єднується з рештою території тільки вузьким перешийком. Висота каньйону р. Смотрич у межах міста сягає 30-40 м., ширина – 150-200 м. Природну міць міста, що мало стратегічне оборонне положення на півдні українського Поділля, люди доповнили фортифікаційними спорудами, що постійно посилювались та відновлювались. Довжина лінії оборони складала понад 4 км. Археологи твердять, що Кам'янець-Подільський виник у XII ст., коли на скельній кручі на захід від міста було споруджено невелике дерев'яне укріплення, а у XIII-XIV ст. (за часів Галицько-Волинського князівства) були

збудовані перші кам’яні башти у Старому замку (збереглися фрагменти їхніх фундаментів). Літописні джерела приписують будівництво кам’яної фортеці литовським князям Коріатовичам (у другій половині XIV ст.). Татари, що часто здійснювали напади на Подільський край, навіть не намагались захопити саме місто. Коли Османська імперія встановила свою владу над Молдовою, і р. Дністер, що знаходилася на відстані всього 15 км від міста, стала кордоном між Польським королівством і Османською імперією, оборонне значення Кам’янця-Подільського значно зросло. Перший відомий опис Кам’янецького замку відноситься до 1494 р. Тоді з боку міста він мав браму з баштою, у північній стіні була споруджена Польна брама. З опису 1544 р. відомо про інші башти замку – чотири кутових Папських башти, збудованих на початку XVI ст. і зафундованих Римськими понтифіками, з яких збереглася лише одна – створена за кошти Папи Римського Юлія II (1505 р.), на стінах якої і тепер можна побачити старовинний герб римської родини Делла Ровере, з якої походив Юлій II. Пізніше ця башта отримала назву Кармалюкової, оскільки в 20-х рр. XIX ст. тут відбував покарання народний герой У. Кармалюк. На захід від неї знаходяться башти Ковпак, Тенчинська, Ляська (кошти на будівництво якої дав архієпископ Ян Ляські). Військова міць цих башт посилювалася потужним оборонним муром, вздовж якого пізніше був прокладений шлях до міста. Найближче до міста знаходиться башта Нова східна (квадратна за формою з колодязем всередині). На її стіні є латинський напис: “1544, Боже, тобі єдиному слава. Іов Бретфус, архітектор”. У стіни башти вмонтовано кам’яні ядра в якості оздоби та символів військової міці Старого замку. У північно-західному куті Старого замку знаходиться башта Рожанка, збудована 1505 р. на власні кошти єпископа Вроцлавського Креслава, про що свідчить вмурована в стіну таблиця з відповідним написом латиною. Між Рожанкою та Новою східною баштою знаходяться башти Лянцкоронська та Комендантська, підступи до яких захищає Північний бастіон, який востаннє було відновлено в 1790 р., про що також сповіщає відповідна таблиця, вмонтована у стіну. Із західного боку замку у 40-х рр. XVIст. споруджено башти Нову західну (Велику, 1542 р.) та з’єднану з нею Денну башту або башту св. Михайла. Раніше біля них була башта Мала західна, під якою у XVI-XVII ст. розміщувались порохові склади і від якої нині залишилися руїни. Між Великою та

Малою баштами у стіні замку зберігся отвір, до якого підходив ланцюговий міст, що з'єднував Старий та Новий замки. Останній був зведений за проєктом та під керівництвом військового архітектора Теофіла Шомберга і належав до голландського типу укріплень, пристосованих до боїв з використанням артилерії. Новий замок складався з високих насипних земляних валів, які мали два напівбастіона з казематами та були оточені глибоким сухим ровом. Вали і рів були облицьовані камінням. Навіть сьогодні збереглася система переходів і казематів, а також більша частина кам'яних стін, які являли собою ескарпи і контрескарпи. Власне, на території Нового замку і проходила головна битва під час двотижневої облоги міста турецькими військами у серпні 1672 р. Тут тримали оборону біля тисячі захисників Кам'янця – піхота та драгуни, а всього гарнізон міста нараховував 1,5 тис. жовнірів. Турки мали п'ятикратну перевагу з артилерії та більш, ніж у 80 разів – у живій силі. Вони здійснювали потужний артилерійський обстріл міста. Так, тільки на Новий замок щоденно падало 400 ядер та 200 мортирних гранат. Турецькі сапери здійснювали підкопи. Захисники міста вирішили відступити до Старого замку. 25 серпня турки здійснили підрив вибухівки під Великою західною баштою і почали штурм, який оборонці змогли відбити, але стало зрозуміло, що замок довго не протримається. Формально обороною міста керував подільський староста Микола Потоцький, але фактично керівництво здійснював полковник Єжі (Юрій) Володиєвський. Почалися переговори з турками, але у цей час 26 серпня вибухнула башта Чорна. Загинуло біля 500 осіб, серед них керівник оборони міста, "Гектор кам'янецький" Є. Володиєвський. Існує думка, що підрив порохових запасів здійснив командир артилерії замку Геклінг, який не зміг примиритися з капітуляцією замку і міста. В Османській імперії цю перемогу за розпорядженням султана Мехмета IV святкували три дні, натомість для Речі Посполитої це була трагедія, яку не пережив польський король Ян Казимир. На його могильному пам'ятнику, що знаходиться на паризькому цвинтарі St.Germain, навіть про це написано: «Почувши про взяття турками Кам'янця і не в змозі пережити цю поразку, помер 16 грудня 1672 р».

Щодо міських укріплень, то перші оборонні башти та стіни з бійницями було споруджено у XV ст. Спочатку виник оборонний вузол, що прикривав в'їзд через долину річки Смотрич з півночі, який отримав назву Ляцької (Польскої) брами. З південного

боку в’їзд до міста захищав комплекс Руської брами, створений у XVI ст. Назва «Руська» відносилася до місцевого руського (українського) населення Ці дві брами мали шлюзи, з допомогою яких можна було піднімати рівень води в річці. До складу оборонного комплексу Польскої брами належало шість башт, з’єднаних мурами (4 – на березі р. Смотрич з боку міста, 2 – на протилежному березі), барбакан (укріплення-пастка перед головними воротами) та міст з оборонною галереєю. Через повені в кінці XVIII ст. зруйнувався міст та були розібрані мури та деякі башти. Донині збереглися тільки три башти: Надворотня з барбаканом, Наскельна та Настінна. До Польської брами провадила дорога долиною р. Смотрич (300 м вверх по течії) від броду, що знаходився під захистом Захаржевської башти (або Башти на броді), яка збереглася. Від Польської брами дорога вела стрімко вгору – до башти Стефана Баторія – найбільш потужної в системі міських укріплень. Ця башта разом з прибудованими до неї брамами, мурами та бастіоном, що був збудований за часів турецької окупації міста (1672-1699 рр.) утворюють потужний оборонний вузол верхньої Польської брами (рис.28.1). Вона була споруджена ще в XVст., але в кінці XVI ст. перебудована та посилена коштом польського короля С. Баторія. Башта має 7 поверхів, при чому 2 верхніх були добудовані 1785 р. З двох сторін до неї прилягають прямокутні споруди, в одній з яких знаходиться тзв. Вітряна брама. Над нею є картуш з колись білого мармуру – таблиця з латинським написом “1585 р., збудована Стефаном Баторієм, К(королем) П(польським); 1785 р., відновлена і добудована Станіславом Августом, КП”.



Рис.28.1. Верхня польська брама (башта Стефана Баторія)

Фортифікаційний комплекс Руської брами включав 8 башт, барбакан, казе-мати та мури протяжністю 230 м, які повністю перетинали каньйон, та шлюзи (рис.28.2). Донині збереглися Дозорна, Прибрамна та Прибережна башти, а також нижні яруси Надбрамної башти, барбакан та казематна куртина. Надбрамна башта має стіну, а на ній - таблицю з білого мармуру, на якій знаходиться добре збережений дотепер герб Польського королівства – Білий орел, який має на собі герб короля С. А. Понятовського. Під час оборони міста у 1672 р. гарнізон Руської брами складався з 230 вояків під командуванням летичівського стольника Станіслава Маковецького. Польську браму тоді обороняло лише 20 солдатів.



Рис.28.2. Фортифікаційний комплекс Руської брами

В XVI-XVIII ст. до оборонної системи міста також належали:

а) укріплення, що захищали вхід до міста з боку Старого замку (це батарея св. Терези, яку також називають Міський шанець або Вірменський бастіон, батареї св. Мартина та св. Михайла); б) фортифікаційні споруди для захисту міста на оточуючих скелях (башти Гончарна, Різницька та Слюсарна – назви вказують на ремісничі цехи у

Кам’янці, що відповідали за стан та зміцнення укріплень), батареї св. Григорія та Діви Марії; в) Турецький бастіон (форт Дальке), мур Гловера тощо.

В 1768-1785 рр. комендантом міста та прикордонних фортець Поділля був Ян де Вітте, інженер та архітектор. За його проектами з північного боку міста в 1778-1779 рр. були збудовані нові порохові склади (міський арсенал), а на півдні в 1780-1788 рр. – гарнізонні кошари. Цей чотирьохповерховий будинок якби утворює одне ціле з стрімкими скелями, що оточують місто. У місті цю споруду називають просто «Кошари», а її історична назва - «Кошари Станіслава Августа» (напрошується порівняння з «Казармами Фердинанда» у Львові, але останні були зведені більше ніж 100 років пізніше, і нині існують). За радянських часів тут містилася тютюнова фабрика, нині споруда - в занедбаному стані, місто шукає інвестора з метою перепрофілювання на туристичний комплекс (готель, ресторан, спортивний центр скелелазання, медичний центр тощо) (рис.28.3). На цьому закінчимо дуже стислу логістичну характеристику середньовічних фортифікаційних споруд м. Кам’янця-Подільського, які, як видно з вищевикладеного, становлять унікальну ресурсну базу для розвитку як внутрішнього, так і міжнародного (іноземного) туризму, але потребують значних інвестицій та уваги з боку держави та місцевої влади для того, щоб забезпечити їхнє відновлення та ефективне використання з метою розвитку туризму в м. Кам’янці-Подільському та взагалі на Поділлі по війні.



Рис.28.3. Кошари Станіслава Августа

28.2. Можливості здійснення волонтерського туризму у м.Кам'янці-Подільському та околицях в умовах російської агресії

Як же живе в часи російської агресії проти України Кам'янець-Подільський, туристичне диво України №1? Це тилове донедавна місто через російські провокації у Придністров'ї теж мало шанси стати прифронтовим. Але навесні 2022 р. до нього курсували евакуаційні потяги з Києва, якими рухалися тимчасово переміщені особи – громадяни України, що покинули місця свого постійного проживання у Східній та Центральній Україні через загрози жахів російської агресії. Багато з цих людей хотіли б дізнатися більше про місто та місцевість, куди їх привела трагічна доля біженців. Тому крім оголошень про можливість отримання безкоштовно речей в стокових центрах для біженців, місцевій владі слід було б надати оголошення про безкоштовні екскурсії, а точніше – безкоштовні пішохідні екскурсії для внутрішньо переміщених осіб по м.Кам'янцю-Подільському та околицях. Такий волонтерський туризм напевно викликав би значний попит серед означеної аудиторії, якій часто не було чим зайняти вільний час, зокрема в суботи та неділі. З іншого боку, можливість проведення таких екскурсій є дуже гарною нагодою проходження практик для студентів туристичних фахів місцевого Національного університету імені І.Огієнка, а також студентів агротехнічного університету, де напевно діють краєзнавчо-туристичні гуртки (адже жити і вчитися у такому унікальному місті і не цікавитися його минулим неможливо), а також коледжів – архітектурно-будівельного, культури і мистецтв, індустріального, харчового та Центру професійно-технічної освіти). До речі, останній має у своєму складі Навчальний готельно-туристичний осередок. Така екскурсійна практика дозволила б поглибити знання студентів про туристичні ресурси свого міста та краю (в ході підготовки матеріалу для екскурсії), набути навички спілкування з туристичною аудиторією, ознайомитися з враженнями від безпосередніх свідків про агресивні дії російських військ на Сході та Півдні України. Такі екскурсії могли б проводитися на підставі загально-кафедрального зразку або авторські – згідно наукових інтересів студентів – екскурсоводів. Теми екскурсій можуть охоплювати різноманітні напрямки туризму (туристичні ресурси міста і краю на це дозволяють): історико-архітектурний,

середньовічно-оборонний, національно-патріотичний, воєнний, містичний, геотуризм (на прикладі каньйону р.Смотрич), екстремальний (скелелазання відвісними скельними стінами каньйону, політ на повітряних кулях) тощо. До участі у такому волонтерському туризмі могли б долучитися і співробітники НІАЗ «Кам'янець». За умови знаходження спонсорів – волонтерів можливі автобусні екскурсії до Хотинської фортеці та до м.Чернівців, до м.Хмельницького та Меджибіжського замку, а також до смт Жванця на р.Дністер та руїн місцевого замку (відомих з перебування тут гетьмана України П.Конашевича-Сагайдачного на початку XVII ст.), до м.Мельниці-Подільської у Тернопільській області, де знаходяться Окопи Святої Трійці – бувші польські укріплення, побудовані за часів турецької окупації Кам'янця в кінці XVII ст. Жванецький замок та Окопи входять до числа семи замків околиць міста, екскурсії до яких можна запропонувати допитливим відвідувачам м.Кам'янця-Подільськогго. Решту цього списку складають руїни колись могутнього замку в с.Панівцях (7 км від міста), замок та синагога оборонного типу XVII ст. у с. Сатанові (50 км), замок у м.Старокостянтинові, руїни замків у с.Сутківцях та Чорнокозинцях (на відстані 20 та 15 км від м.Кам'янця-Подільського відповідно). Крім відвідин середньовічних замків цікавими можуть бути екскурсії до стародавнього скельно-печерного монастиря Бакоти на р.Дністер, Національного природного парку «Подільські Товтри» (який увійшов до переліку «7 природних чудес України») та Природного заповідника «Медобори» (біля с.Сатанова).

Надамо коротку характеристику семи замків околиць Кам'янця-Подільського. Так у *с.Панівці* знаходяться руїни колись могутнього замку, виникнення якого відносять до XV ст. Близько 1590 р. Панівецький замок був розбудований кам'янецьким старостою Я. Потоцьким. У його маєтку знайшли притулок гнані в той час кальвіністи. Ними були зведені корпус колегіуму та кірха. На першому поверсі палацу в 1608 – 1621 рр. розміщувалася друкарня. Через своє стратегічно вигідне розташування твердиня привертала увагу завойовників: в 1621 та 1633 рр. замок витримав облогу турків, але невдовзі був захоплений козаками. Замок був спустошений в 1672-1699 рр., у період турецької окупації Поділля. З тих часів він почав руйнуватися і поволі втрачати своє

оборонне значення, до наших часів збереглися північно-західна та південно-західна кутові вежі, а також фрагменти оборонних мурів.

Замок у *с.Сатанів* постав у 1430-1440 рр., як родовий замок Одровонжів. У XVI ст. нові господарі твердині Сенявські перебудували й укріпили її. Висота мурів сягала 11 м, товщина – 1,5 м, загальна площа 1,5 га. Містяни Сатанова брали активну участь у Визвольній війні 1648-1657 рр., вони відчинили козакам на чолі з Б.Хмельницьким ворота містечка. Двічі замок завойовували турки, які знищили все міське населення, не пожаліши нікого. До наших днів зберіглася пам'ятка цієї трагедії – порубана турками ікона Христа в Юр'ївській церкві. 1722 р. замок був відбудований коронним гетьманом А. Сенявським.

У *с.Жванці* знаходяться залишки колишньої прикордонної фортеці. Перші кам'яні укріплення на місті Жванецького замку існували ще за часів Київської Русі. Фортифікація перетворилася на п'ятикутну у плані фортецю за М. Язловецького, котрий з 1450 р. володів Жванцем. 1621 р., в часи польсько-турецької війни, тут перебував королевич Владислав разом з козацьким гетьманом Петром Сагайдачним під час повернення з Хотинського походу. Нині від Жванецького замку зберіглися фрагменти північної частини, де можна побачити руїни трьох веж.

В *с.Окопи* Тернопіської області зберіглися руїни фортеці, побудованої 1679 р. коронним гетьманом Речі Посполитої С.Я.Яблоновським. Вона називалася «Окопи Святої Трійці, блокада Кам'янця-Подільського». Твердиня розташовувалася так, що з неї праворуч було видно Хотинську фортецю, а ліворуч – Жванецький замок.

Замок у *м.Старокостянтинові* був зведений в другій половині XVI ст. князем Костянтином Острозьким. Фортеця дозволяла контролювати майже 50-кілометрову ділянку східних кордонів, адже саме там проходив лиховісний Чорний шлях, яким на Україну сунула орда. Фортеця була надзвичайно міцною і неприступною: її жодного разу не було захоплено. Навіть під час наступу 30-тисячного татарського війська 1618 р. замок вистояв. Замковий комплекс було розбудовано 1636 р. До нього входили палац з оборонною вежею, церква з дзвінницею, в'їзна брама та оборонний мур. Під палацом знаходились льохи з колодязями-камерами, що вели до річки.

У *с.Сутківці* знаходяться руїни замку XV ст., побудовані Ф. Сутківським на горі над долиною р.Ушиці. Площа квадратного в плані замку невелика, бік квадрату – 60 м. З чотирьох веж до наших днів збереглася лише одна – північно-західна. Товщина мурів сягала 3 м, товщина баштових стін – 3,5 м. На протилежному боці яру стояла Покровська церква, побудована на зразок фортеці. В інтер'єрах церкви збереглися фрески XVI ст. Сутківський замок разом з Покровською церквою вважається важливою пам'яткою українського оборонного зодчества.

Замок у *с.Чорнокозинці* був збудований князями Коріатовичами у другій половині XIVст. Він був прямокутний у плані, 80 м завдовжки, 50 м завширшки з півночі і 65 м – з півдня. З 1467 р. і майже до кінця XVIII ст. замок перебував у розпорядженні кам'янецьких єпископів, які влаштували тут свою літню резиденцію. У 1699 р. замок відбудували та розширили. До нашого часу збереглися залишки стін, руїни замкової башти, галереї першого поверху та брама початку XVIII ст.

Не можна обійти увагою і характеристику історичного містечка та фортеці *Меджибіж*. Це мальовниче містечко знаходиться між двома річками – Південним Бугом і Бужком – звідси його назва. Перша письмова згадка про селище зустрічається в Іпатіївському літописі від 1146-1148 рр., коли київський князь Ізяслав Мстиславич передав у власність Святославу Всеволодовичу п'ять міст, серед яких і «Межибоже». За свою бурхливу і часом загадкову історію Меджибозька фортеця здолала багато загарбників. Але, як і у випадку Кам'янецької фортеці, всі вони - татари, турки, литовці, поляки, московити пішли з української землі, залишивши свій слід в історії міста і фортеці. На початку XVIст. Меджибіж належав А. Гербурт – прабабці польського короля Яна III Собеського. Починаючи з 1540-го р., майже два століття містечко перебувало у володінні могутнього шляхетського роду Сенявських, які відбудували замок, звели пишний палац і церкву, котрій судилося побувати і православною, і католицькою, і, навіть, мусульманською. В Меджибожі процвітали ремесла і торгівля: тут діяли ткацький, кушнірський, гончарний, кравецький, шевський і ковальський цехи. Місцеві мешканці мали торгівельні зв'язки з стародавнім містом Лева та Львівським братством, Києвом і Польщею. У 1593 р. Меджибіж отримав Магдебурзьке право. Місто під захистом фортеці жило бурхливим життям, міцніло, розбудовувалося і незабаром за

чисельністю мешканців майже зрівнялося з тогочасним Києвом. На самому початку Визвольної війни українського народу 1648-1657 рр. Меджибозька фортеця була захоплена козаками на чолі з Максимом Кривоносом, але наступного року польські війська повернули її. Два рази – у 1651 та 1653 рр. у фортеці побував Великий гетьман українського козацтва Богдан Хмельницький з Військом Запорозьким. У 1657 р. Меджибіж став свідком капітуляції семигородського князя Дьордя II Ракоці – претендента на Польську Корону і союзника Богдана Хмельницького. В 1702 р. Меджибіж сильно постраждав від місцевого населення, коли повстанці взяли замок в облогу. Близько 1730 р. містечко перейшло у володіння князівського роду Чарторийських. На початку революції 1917 р. у Меджибожі розпочалася українізація частини царської армії генералом П. Скоропадським. З того часу почалася суто українська робота Скоропадського, котра врешті довела його до гетьманства. Меджибіж – одна з колисок хасидизму: тут мешкав мандрівний філософ, іудейський духовний наставник Ізраїль Бешт (Баал Шем-Тов). До його могили щорічно на іудейські свята з'їжджаються хасиди з усього світу. Сьогодні Меджибіж – містечко у Хмельницькій області. Про його колись могутнє і пишне минуле нагадують добре вцілілі міцні мури фортеці, увінчані баштами, залишки палацу князів Сенявських (на території фортеці), діюча православна церква, руїни костелу 1600-1632 рр. та келії домініканського монастиря. Окрасою Меджибожа є стародавня добре збережена фортеця, виникнення якої відносять до XIV ст. Саме тоді вимурували замок, оточений земляними валами та ровами. Фортеці судилося стати важливою оборонною спорудою, під стінами якою захлиналися чимало ворожих нападів. 1436 р., після приєднання Волинської землі до Польської Корони, Меджибозька фортеця стала належала князю Люборту Гедиміновичу, який її зміцнив за зразком Луцького замку. 1539 р. замок перейшов у володіння роду Сенявських. Тоді з Кам'янця був запрошений видатний архітектор Іов Бретфус (про якого згадувалося раніше), який вдихнув у фортецю нове життя: перебудував і значно розширив. При цьому архітектура замку є унікальною, оскільки не повторюються жодний мур, жодна башта. 1586 р. Р. Сенявським посеред двору фортеці був збудований костел. У славні героїчні часи Визвольної війни 1648-1657 рр. Меджибіж разом із фортецею належав козакам. Сумнозвісним став для Меджибожа 1676 р., коли

султан Мехмет IV вирішив вогнем і мечем помститися за смерть сина у Ладижині. Турки захопили фортецю і хазяйнували тут до 1699 р., коли подільські землі були звільнені від їхнього панування. В першій половині XVIII ст. замок був відбудований князівським родом Чарторийських, котрі на той час володіли містом. Меджибозький замок має вільне планування. До його комплексу входять три вежі, кам'яні зубчаті мури, палац, декорований білокам'яною різьбою, житлові та господарські корпуси, а також кам'яна однонефна церква. Мури зберегли бійниці та гарматні амбразури різної конфігурації. Біля входу до фортеці, впритул до західної стіни знаходиться ще один, прямокутний в плані палац, збудований наприкінці XVIII - початку XIX ст. Фортеця є зразком замків перехідного типу – від фортифікацій оборонного призначення до замків-палаців, що пов'язано з розвитком тогочасної військово-інженерної справи. В 2001 р. фортеця була оголошена Державним історико-культурним заповідником «Меджибіж». Сьогодні тут ведуться археологічні дослідження, в результаті яких були знайдені старожитності Кам'яної доби, Трипілля, Київської Русі, пізнього Середньовіччя. У замковій церкві виявили біля 200 поховань XIV – XV ст.

Екскурсії до цих та подібних пам'яток українського оборонного зодчества були б особливо корисні для дітей шкільного віку, враження від яких та від перебування у м.Кам'янці-Подільському та його околицях назавжди закарбувалися б у пам'яті. У цьому контексті ще одна пропозиція для волонтерського туризму, а саме - викупити за кошти спонсорів наявні примірники та замовити друк додаткового накладу книги авторства Аніти Майданюк «Дітям про Кам'янець», котра містить коротку історію цього прекрасного древнього міста Поділля, викладену у цікавій, доступній для дітей формі, з гарними ілюстраціями, та подарувати кожній дитині шкільного віку з родин тимчасово переміщених осіб, які завітали до Кам'янця (знову ж таки – шляхом надання оголошення про таку можливість біля стокового центру – з уточненням: для учасників екскурсій). А для дорослих відвідувачів міста найкращим сувеніром під час екскурсії був би короткий путівник по м.Кам'янцю-Подільському з планом міста, що допоможе краще орієнтуватися на місцевості, знайти найкоротші маршрути з центру міста до Національного історико-архітектурного заповідника («Старе місто») та до Старого та Нового замків («Стара фортеця»). Знову ж таки тут потрібна допомога спонсорів, яких

у Кам’янці, впевнені не забракне. Прикладом може бути Дмитро Зволейко, видавець, один із фундаторів друкарської справи на Поділлі, директор підприємства «Видавництво Абетка – Світ», який підготував і видав тисячі книжок, серед яких чільне місце займають видання про рідне неповторне місто Кам’янець-Подільський. Сподіваємось, що даний розділ з пропозиціями та рекомендаціями стане в нагоді багатьом містам і селам України, зокрема Західної, що відчувають нині в умовах російської агресії значний наплив вимушено переміщених осіб. Разом з тим, це є приклад можливостей розвитку туризму в Україні за сучасних складних обставин, в умовах воєнного стану та залучення студентів туристичних (і не тільки) фахів та вишів до цих процесів, а в подальшому – після перемоги і до відновлення туристичної галузі в Україні.

28.3. Напрямки відновлення та розвитку туризму у м.Кам’янці-Подільському по війні

Зупинимось на можливих напрямках відновлення та розвитку туризму в м.Кам’янці-Подільському по війні. На нашу думку, перше, що треба зробити (вже зараз!) - це відремонтувати хідники (тротуари) на вулицях міста, що є у знищеному стані навіть у центрі, не кажучи про окраїни. Ходити такими тротуарами, що являють собою маленькі товтри (кам’яно-асфальтові бугри) незручно та нищівно для взуття. Тому, до речі, велосипедами та самокатами (на відміну від Києва) вулицями Кам’янця місцева молодь не їздить – їм зручніші для цього проїжджі частини вулиць міста, де автомашин не так і багато (зате встановлено світлофори) – за виключенням пр.Грушевського, вул.Привокзальної, князів Коріатовичів, Огієнка, Шевченка та деяких інших – нечисленних. Власне, проходячи вулицями міста, можна зауважити, що хідники на них колись-таки були – від зроблених ще за «губернських» часів (коли місто було центром Кам’янець-Подільської губернії) – це хідники з прямокутних кам’яних плит, встановлені безпосередньо біля будинків, де у минулому, мабуть, знаходилися якісь важливі губернські установи – адміністративні (суди), медичні (лікарні), освітні (гімназії) тощо. Та вони становлять поодинокі винятки серед «моря» залишків асфальтового покриття тротуарів совітських часів, коли один неякісний асфальт накривався шаром іншого, а потім їх усіх «з’їдала» ерозія – як стихійна (переважно водна), так і антропогенна

(амортизація від руху містян). В результаті маємо таку ситуацію, коли сучасний Кам'янець перетворився у «місто розбитих хідників». І це в умовах, коли біля міста працює один з найбільших в Україні гірничо-цементний комбінат та асфальто-бетонний завод. Гадаємо, місцева влада тут не доробляє, і для «туристичної перлини», якою позиціонує Кам'янець місцева влада, така ситуація є неприйнятною. Тобто, на нашу думку перш, ніж запрошувати туристів (українських та іноземних) до міста, слід виконати якісний ремонт хідників на його вулицях. На важливість цього чинника розвитку туризму в містах вказують І. Кочеткова, О.Любіцева, які його зараховують до складників сприйняття туристом міського простору. Це сприйняття залежить, по-перше, від психічних характеристик самого туриста; по-друге, від достовірності отриманої ним інформації; нарешті, по-третє, від облаштованості і комфортності незнайомого для туриста міста. Як раз про останній складник і повинні дбати місцева влада і туристичний бізнес міста. Це означає, в першу чергу, інформаційну підтримку, наявність інформації, вказівників (кількома мовами, щоб турист міг обрати для себе мову спілкування), туристично-інформаційних центрів, які мають зорієнтувати туриста (буклети, картосхеми, застосунки до гаджетів), наявність QR-кодів на туристичних об'єктах з максимально можливою інформацією про них (можна навести приклад Львова, який це вже зробив). По-друге, це рівень сервісу в об'єктах індустрії туризму та гостинності – в закладах розміщення, харчування, дозвілля. По-третє, це якість екскурсій, їх різноманітність та професіоналізм екскурсоводів, зокрема здатність перекласти латинські написи, яких на пам'ятках міста доволі багато. І нарешті, це та сама «аура» міста, яку створюють його мешканці своїм способом життя, в якому відтворюється культура, самобутність та охайність самого міста (ошатні будинки, хороші дороги, зручні тротуари тощо). Узагальнено в фахових туристичних публікаціях це називають дизайном туристичного місця, який формується планово і створює та підтримує певний «образ, дух міста». Відсутність такого дизайну, такого підходу до формування туристичного іміджу міста призводить здебільшого до негативних наслідків у сприйнятті його туристом.

І вже після цього, за нашою думкою, можна говорити про подальший розвиток готельно-ресторанної інфраструктури, яка представлена на сьогодні досить непогано: є

у значній кількості великі та невеликі готелі та ресторани, кав'ярні, у т.ч. у підвальних приміщеннях відновлених історичних будинків Старого міста. До значних готелів міста сьогодні можна віднести «7 днів» (номерний фонд 218 од.), «Клеопатра» (83 од.), «Ксенія» (50 од.), «Україна» (50 од.) у центрі міста та «Reikartz» у Старому місті, а також кілька невеликих готелів: «Чотири сезони» (недалеко вокзалу), «Біля річки» (на Польських фільварках, біля середньовічної башти – залишку фортифікацій Польської брами) тощо. Загальна місткість засобів розміщення дозволяє обслуговувати більше 4 тис. туристів щодобово та близько 1,5 млн. щорічно.

Туристичне господарство міста включало перед війною 21 туристичну фірму (зараз менше), а екскурсійні послуги надавали понад 70 кваліфікованих екскурсоводів. Інфраструктура гостинності налічувала 92 засоби розміщення, серед них понад 20 одиниць – заклади готельного типу. Впродовж останніх років відвідуваність туристів у місті коливалося в діапазоні 160-240 тис.осіб. Пікові показники відмічалися у 2008-2010 рр., а також у 2016-2017 рр. Зокрема 2017 р. до Кам'янця з туристичною метою завітало 248 тис.осіб, що наразі є рекордним показником за останні 25 рр. За цими досягненнями Кам'янець залишає далеко позаду усі інші міста Поділля, але, звісно, показники не виглядають захмарними у порівнянні з Києвом та Львовом (які приймали понад 2 млн гостей) і, навіть, польським Тарновом, який має таке ж населення, як Кам'янець (біля 100 тис.), але число туристів тут становить 1 млн/рік. Традиційно найбільшим попитом місто користується у польських мандрівників (60% від усіх іноземців), а також у туристів з Німеччини (11%) та США (8%). Загалом туризм є важливим іміджевим та економічним чинником для Кам'янця-Подільського: так, лише прямий туристичний збір міста у 2018 р. склав 264 тис.грн., а сума доходів від музейних об'єктів того ж року сягнула 5 млн грн., загальні ж прибутки від туризму становили 5% міського бюджету.

Досить багато у місті невеликих ресторанчиків та кав'ярень, приємною ознакою яких для туристів є традиційні українські страви, приготовлені за смачними домашніми рецептами, але за помірними цінами (значно нижчими, ніж у Києві, Одесі чи Львові) та з традиційно, як для провінції, великими порціями. Зокрема такі позиції є в меню легендарного місцевого ресторану «Стара фортеця», що у Старому місті, та знаходиться в 4-х поверховому будинку бувшої синагоги, зведеної самісінько над каньйоном. А біля

нього – пам'ятка архітектури – Гончарська башта з XV ст. з меморіальною табличкою та середньовічним гербом. На підтвердження наводимо меню однієї з кав'ярень Старого міста, де вказані порції та ціни станом на травень 2022 р. (табл.28.1).

Таблиця 28.1. Меню однієї з кав'ярень м.Кам'янця-Подільського*.

№	Назва страви	Порція (г/шт.)	Ціна (грн)
1.	Салат з капусти	150 г	35
2.	Картопля по селянські	200 г	35
3.	Мисливські ковбаски	3 шт.	75
4.	Шпикачки, обсмажені в тандирі	2 шт.	75
5.	Курячі стегна, смажені в тандирі	200 г	75
6.	Шишлик зі свинини	100 г	50
7.	Сухарики	50 г	15
8.	Соус часниковий для картоплі	-	20
9.	Соус томатний для шашлика	-	20

*Меню кав'ярні «Старе місто», травень 2022 р.

Недарма до ТОП-100 найкращих ресторанів України (станом на осінь 2021 р.) потрапив і ресторан м. Кам'янця-Подільського під назвою «Ніка», що знаходиться на вул.Старобульварній, 4 (середній чек: 350 грн.;кухня: українська, європейська). Завдяки незвичному інтер'єру цей кафе-ресторан по дорозі до Старої фортеці схожий скорше на казковий будиночок із минулого: на стінах висять чорно-білі фотографії старовинного міста, у приміщенні багато свічок, а гостьову залу прикрашають грамофон, плетені скатертини, фонтанчики, статуетки і навіть гамак. У меню – традиційні українські страви, приготовані за домашніми рецептами. Рекомендується спробувати «М'ясо в хлібині по-кам'янецьки» й запити його авторськими настоянками. До речі, у Львові місцеві настоянки з карпатських трав продаються у спеціальному магазині на площі Ринок і користуються значним попитом у туристів. Чому б цей досвід не перейняти і Кам'янцю? Не відстає від ресторану «Ніка» і кав'ярня «Під брамою», що біля Замкового мосту. Враховуючи реалії військового часу, її назву прикрашає табличка з обіцянкою безкоштовного обіду після перемоги усім бажаючим, а вже зараз кухарі кав'ярні готують безкоштовні обіди для переселенців в одній з місцевих шкіл (рис.28.4).



Рис.28.4. План-схема кав’ярні «Під брамою»

Отже, можна порадити продовжити успішну практику відбудови і пристосування пам'яток архітектури міста під об'єкти туризму: готелів (готель «Біля річки»), кав'ярень (кав’ярня «Під брамою»), а також сувенірних крамниць, екскурсійних бюро тощо. У цьому контексті яскравим прикладом можуть бути «Кошари Станіслава Августа», які знаходяться нині в аварійному стані та чекають на інвестора (рис.36.3). Список таких будівель можна продовжити, більшість їх знаходиться в Старому місті – тобто на території НІАЗ «Кам’янець».

Як повідомила 21.06.2022 р. у Фейсбуці очільниця ДАРТ (Державне агентство розвитку туризму України) Мар’яна Олеськів, за перші 4 місяці 2022 р. сума туристичного збору в Україні зросла на 65% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року і досягла 64 млн. 611 тис. грн. До п’яти областей з найвищою динамікою цього показника віднесено: Київ (зростання на 98%), Львівська обл. (відповідно на 268%), Закарпатська обл. (на 144%), Хмельницька обл. (на 65%) та Івано-Франківська обл. (на 48%). Як видно, за динамікою туристичного збору Хмельницька обл. входила до п’ятірки лідерів серед областей України, а левову частку цього показника забезпечувало м.Кам’янець-Подільський.

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Яку ресурсну базу має для розвитку туризму м.Кам’янець-Подільський?
2. Які туристичні пам’ятки має Старий та Новий замки?
3. Які пам’ятки оборонної та сакральної архітектури має Старе місто?
4. Які проблеми та напрямки туристичного відновлення має пам’ятка середньовічної оборонної архітектури «Кошара Станіслава Августа»?

5. Які можливості розвитку волонтерського туризму має м.Кам'янець-Подільський в умовах російсько-української війни?
6. Які основні зацікавлені сторони у розвитку волонтерського туризму у м.Кам'янці-Подільському?
7. Чим цікавий і корисний волонтерський туризм для підготовки студентів туристичних фахів місцевих вищих та середніх навчальних закладів?
8. Чим цікавий і корисний волонтерський туризм для внутрішньо-переміщених осіб у м.Кам'янці-Подільському?
9. Які об'єкти замкового туризму можна рекомендувати для екскурсій для внутрішньо-переміщених осіб у м.Кам'янці-Подільському та його околицях?
10. У чому полягає логістичний аспект по відношенню до замкового туризму у м.Кам'янці-Подільському?
11. Які можливі пропозиції із зацікавлення дитячої аудиторії під час екскурсій для внутрішньо-переміщених осіб у м.Кам'янці-Подільському?

РОЗДІЛ 29. УКРАЇНСЬКЕ БАРОКО В САКРАЛЬНІЙ АРХІТЕКТУРІ КИЄВО-ПОДОЛУ ТА ЙОГО ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

29.1. Поділ як «серце» середньовічного Києва

Як відомо, історичний Київ поділявся на Верхнє (Горішнє) місто та Нижнє місто (Поділ). Верхньому місту історично постійно не везло: його руйнували татаро-монголи у XIII ст., більшовицька влада (церкви) у 1930-х рр., радянські підпільники та нацисти у II Світовій війні. Післявоєнне відновлення практично повністю змінило Верхнє місто, зокрема головну вулицю Хрещатик та прилеглі райони. Натомість Києво-Поділ історична доля у більшості врятувала, і сьогодні ми можемо побачити тут середньовічний Київ (тому що Поділ був його «серцем»: адміністративним, сакральним, культурним, освітньо-науковим, торговельно-господарським та транспортним) – особливо після навали у 1240 р. військ хана Батия, коли було зруйновано Верхнє місто. Після отримання у 1494 р. Києвом магдебурзького права Києво-Поділ на декілька століть (!) став найбільшим культурно-освітнім та релігійним центром України. Про кожен з вищезгаданих аспектів функціонування Києво-Подолу можна і треба говорити окремо – є про що, але у даному розділі ми розглядаємо адміністративно-сакральний Поділ, який до кінця XIX ст. виконував функцію центру магістратського Києва. У розділі ми розкриваємо недооцінений туристичний потенціал Києво-Подолу, як некоронованої столиці гетьманської України XVII - XVIII ст., зокрема, як «заповідника» української сакральної архітектури у стилі українського (або козацького, мазепинського) бароко, а також акцентувати внесок гетьманів України, а саме Самійла Кішки, Петра Конашевича-

Сагайдачного, Богдана Хмельницького, Івана Мазепи у розбудові середньовічного Києво-Подолу та його церковної православної архітектури.

Отже, за Середньовіччя функцію центру Києва перейняв на себе Поділ. І він набув свою особливу міську структуру, як середньовічного міста (рис.29.1): центральну ринкову площу (Житньоторзьку, нині Контрактову), головну вулицю (Покровську, пізніше нею стане Олександрівська, нині Сагайдачного), торгівельні ряди (Гостинний двір), міський магістрат (не зберігся), ярмарковий будинок-театр (Контрактовий дім), міський суд (бувший будинок купця Сухоти), вищий навчальний заклад (Київська академія, нині Національний університет «Києво-Могилянська академія»), пожежну стражу з каланчею, в'язницю (як же без неї), цвинтар (особливість Подолу – цвинтар розміщувався на горі Уздихальниця, зруйнований більшовиками у 1930-х рр.), централізований водогін (фонтан Самсон) нарешті - велику кількість православних монастирів і церков (Братський монастир, Богоявленський собор, Святодухівська церква, Катерининський грецький монастир з дзвіницею, Петропавлівський монастир, Флорівський жіночий монастир, Притисько-Микільська церква, Покровська, Миколи Доброго (дзвіниця), Набережно-Микільська, Іллінська, Хрестовоздвижинська тощо. Серед втрачених церков Подолу внаслідок руйнацій більшовицького періоду відмічають Воскресенську (одну з найдавніших кам'яних церков Києво-Подолу), Миколи Доброго, церкву Костянтина і Єлени (на честь Візантійського імператора і його дружини, прилучених до сонму святих), Введенську та Микільсько-Йорданську церкви. Із зруйнованих церков Подолу на сьогодні відновлено лише Успенський храм ікони Богородиці Пірогощої, церкву Різдва Христового на Поштовій площі та дзвіницю Катерининського грецького монастиря на Контрактовій площі. На черзі - відновлення знаменитого Богоявленської (Мазепиної церкви) Братського монастиря (де був похований П.Конашевич-Сагайдачний) – головну святиню Києво-Могилянської академії. Клірові відомості Київської консисторії у 1917 р. зафіксували на Подолі понад 20 церков, нині ми не маємо і половини.



Рис. 29.1. Контрактова (Житньоторзька) площа - центр Києво-Подолу

За спогадами іноземців, які відвідували Київ наприкінці XVIII ст., зокрема майбутнього першого президента Венесуельської республіки Франсиско де Міранда (1787 р.), якщо дивитись з Верхнього міста, Поділ являв собою скупчення золотих церковних маківок, які прекрасно гармонізували з навколишніми будівлями. Він оглянув деякі «з множини подільських церков», однією з найгарніших, за його думкою, була Богоявленська церква «з брамою, вівтарем, масивними срібними люстрами і фресками». Поблизу від неї Міранда зауважив «прекрасний масивний будинок університету, що відносився до монастиря», це, звісно, знаменита Києво-Могилянська академія, перший вищий навчальний заклад у східнослов'янських землях. Але на той час академія вже перебувала у занепаді. Хоча у великій будівлі було багато аудиторій, а також велика зала для зборів вчених, але щоденно, за словами Міранди, користувались лише декількома приміщеннями першого поверху, при чому одне з них було відведене для занять граматикою, арифметикою і географією. Богоявленську церкву зруйнували 1935 р., а «Могилянка» знову є одним з провідних вишів України. У будинку, про який згадував Міранда, нині розміщується бібліотека, а зала для вчених зборів більше не є порожньою – використовується за призначенням. Міранді сподобалась Андріївська

церква – і зовнішній вигляд, і розташування, і внутрішнє оздоблення. Останньою в списку «туристичних об'єктів» виявилась подільська ратуша, де міський голова влаштував прийом. Ратушу заморський гість не розгледів, а її будинок до нашого часу не зберігся.

Характерною особливістю архітектурного стилю практично усіх церков Києво-Подолу є їхнє оформлення відповідно до канонів українського (його ще називають мазепинським або козацьким) бароко. Сакральні споруди були, власне, маркером державної належності міста або території, тому що кожна держава мала, особливо за середньовіччя, свою панівну релігію, відповідно і будувала відповідні сакральні об'єкти. Таке твердження повністю витримується щодо сакральних об'єктів Подолу, оскільки за польської влади (у першій половині XVII ст.) на Подолі ще існували католицькі орденські монастирі-кляштори (домініканський, бернардинський, єзуїтський) та Латинський костел, але усі вони були знищені за Хмельниччини і більше не відновлювалися. В результаті домінуючим стилем церковного будівництва Києво-Подолу стало українське (мазепинське або козацьке) бароко. Хоча історичний Поділ і не зазнав значних воєнних руйнувань у минулі часи, але над ним постійно «нависали» дві інші великі загрози: повені з боку Дніпра та пожежі, від яких регулярно страждала дерев'яна цивільна забудова (остання така відбулася 1811 р., після якої і утворилася сучасна міська структура Києво-Подолу). Тут не можна не відмітити внесок архітекторів І.Григоровича-Барського (допожежна архітектура Подолу, зокрема сакральна) та А.Меленського (післяпожежна - сучасна містобудівна структура Подолу). За цих умов тільки кам'яні муровані церкви Подолу змогли зберегтися із збереженням свого архітектурного стилю. Отже, на сьогодні вони залишаються зразками українського християнського сакрального зодчества XVII – XVIII ст., яке радикально відрізняється від тзв. московського церковного типу архітектури. Також особливістю українських церков Подолу є їхні народні, «домашні» назви, пов'язані з певними подіями або з розміщенням закладів, так, Притисько-Микільська церква своєю назвою завдячує легенді, що злодій, який намагався вкрасти церковне начиння з патронажною іконою, не зміг пролізти крізь віконний отвір, оскільки образ чудотворного Миколи «притис» невдаху крадія до рами і той з несподіванки дістав серцевий напад (рис. 29.2).



Рис. 29. 2. Притисько-Микільська церква



Рис. 29.3. Набережно-Микільська церква з дзвіницею

А Набережно-Микільська церква свою назву завдячує близькості до Дніпра (рис. 29.3). До речі, ця церква знаходиться нині під кутом до сучасної вулиці Г.Сковороди, що свідчить про давність її побудови – ще до повені 1811 р. Цікавою є генеза назви церкви Миколи Доброго (рис. 29.4). Вона була споруджена коштом гетьмана Самійла Кішки, який після 25 років турецького полону повернувся на батьківщину і 1600 р. на знак подяки Господу за спасіння збудував церкву (дерев'яну) та шпиталь, де лікували і багатих, і бідних (це була перша лічниця в Києві), тому церква і отримала в народі таку назву. До нашого часу вціліла лише дзвіниця, яка розташована за сучасною адресою - вул.Покровська, 6, і знаходиться у ямі глибиною 3 м (рис. 29.5). Стіни ями зараз викладені камінням і з поверхні вулиці на її дно ведуть сходи. Глибина ями показує товщину культурного шару, який «наріс» на Подолі за останні декілька століть (для порівняння: культурний шар біля Софії Київської складає 1 м, а біля Муру плачу в Єрусалимі - 13 м). Саму ж церкву Миколи Доброго було знищено більшовиками 1935 р., на її місці споруджено школу. Нині в цьому будинку (зведеному у модному тоді стилі конструктивізму) знаходиться престижний київський ліцей №100 «Поділ» (рис. 29.6). Але на стінах будівлі нема й згадки ні про її попередницю – церкву Миколи Доброго, ні про фундатора церкви – українського гетьмана С. Кішку. Нам здається, що меморіальна таблиця з зображенням церкви та інформацією про її фундатора, а також трагічну долю цього сакрального об'єкту (який є унікальним, тому що це перша церква на Подолі, пов'язана з ім'ям гетьмана України) була б дуже доречною. Чому б до назви ліцею не додати «імені гетьмана України С.Кішки» та не поставити погруддя гетьмана напроти

входу до ліцею? Зберегли ж за совітських часів погруддя О.Пушкіна напроти входу до Автодорожнього інституту (нині Транспортний університет, питається, де Пушкін, і де український автотранспорт?). Усе це, за нашою думкою, сприяло б національно-патріотичному вихованню учнівської молоді згідно вимог до Нової української школи. Цікаво, чи на уроках з історії та географії України у цьому ліцеї згадують про трагічну історію знищення церкви Миколи Доброго, інших церков Подолу та Києва за більшовицької влади та появи сучасної будівлі ліцею?



Рис. 29. 4. Церква Миколи Доброго 1935 р.)



Рис. 29.5. Дзвіниця церкви Миколи Доброго (зруйнована на вул.Покровській, 6 (сучасна світлина)



Рис.29. 6 . Будинок сучасного київського ліцею №100 «Поділ», зведеного на місці зруйнованої церкви Миколи Доброго

Напроти знаходиться найбільша церква Покровської вулиці з однойменною назвою – Покровська (рис.29.7). Якою була барокова церква Покрови, ми не знаємо, бо після пожежі 1811 р. вона втратила оригінальну грушоподібну форму бань, але зберегла дугастий фронтон, характерний для стилю козацького бароко. Тепер три маківки

Покровської церкви мають бані ампірної форми. Архітектор церкви І.Григорович-Барський у даному випадку відійшов від Мазепиної традиції п’ятибанних українських церков із пірамідальною композицією початку XVIII ст. Бані митець розташував за народною традицією, притаманною дерев’яній церковній архітектурі типових тридільних храмів. Ця церква із сусідньою дзвіницею теж знаходиться нині у заглибленні, що доводить її давність.



Рис.29.7. Покровська церква



Рис.29.8. Покровська вулиця на Подолі

Загалом, розміщення церков Києво-Подолу відображає зміни у плануванні Подолу та його головної вулиці, так, вони були сконцентровані на старій головній вулиці – Покровській (перед цим вона називалася Велика Мостова) (рис.29. 8). Це: Покровська церква з двоярусною дзвіницею, яка продовжує традицію українського церковного будівництва, коли дзвіниця стояла окремо від церкви; церква Миколи Доброго – від неї залишилася кам’яна дзвіниця, постала 1718 р.; комплекс Флорівського жіночого монастиря (рис.29.9) з Вознесенською головною церквою 1722-1732 рр. будівництва тощо.



Рис.29.9. Ротонда на території Флорівського жіночого монастиря.

29.2. Логістичний підхід в сучасній реконструкції Подолу

У Києві в ході реконструкції Подолу, зокрема Контрактової площі та вул. Сагайдачного ще до російської агресії планувалося створити єдиний туристичний простір від вул. Володимирської та Андріївського узвозу до вул.Григорія Сковороди та Андріївської. Центром туристичного та культурного «тяжіння» Подолу мала стати знову Контрактова площа, на підставі якої нині створюється туристичний простір для людей (туристів) усіх вікових категорій та інтересів з режимом пріоритетного пішохідного руху (рис. 29.10). Відповідно практично уся південна частина Подолу – це територія, що належить до заповідника «Стародавній Київ», де сконцентровано, як ми бачили, велику кількість історичних сакральних та архітектурних пам’яток, тому тут і повинна бути сформована пішохідна, туристична, культурна зона.



Рис.29.10. Контрактова площа на перетині з вул.Сагайдачного



Рис.29.11.Поштова площа

Передбачалося змінити схему організації транспортного руху: багато вулиць Подолу отримали однобічний рух, кількість перетинів потоків пішоходів та автівок зменшилася з 24 до 2-3. За думкою фахівців пропускна спроможність вулиць Подолу за такої транспортно-логістичної схеми у два рази перевищила існуючу, середня швидкість руху автівок зросла з 6,5 до 22 км/год, а пішоходи отримали пріоритет у русі через проїжджу частину за рахунок підняття рівня пішохідних переходів до височини хідників. Така увага до Подолу пояснюється тим, що останнім часом саме сюди, а також до «Верхнього міста» переміщуються основні туристичні потоки з Хрещатику. Більшість киян та гостей міста нині воліють відпочивати не на головній вулиці столиці, а в інших місцях. Поділ, Контрактова площа, набережна Дніпра, Поштова, Михайлівська та Софіївські площі останніми роками приймають найбільші свята, тому саме сюди і йдуть люди у вихідні та святкові дні. При цьому враховується і екологічна ситуація, оскільки експерти вже давно попереджали про перевищення рівня шкідливих викидів на Хрещатику, Бесарабській площі, вул.Басейній у зв'язку з надмірними автопотоками та вказували про небезпеку прогулянок для людей у цій зоні. Департамент транспортної структури КМДА сповіщає, що отримує звернення киян та гостей міста з тим, щоб перенаправити основні пішохідні туристичні маршрути до найбільш затребуваних історичних сакральних та архітектурних пам'яток, зокрема до Андріївського узвозу, Володимирської гірки, Володимирського проїзду, Михайлівського та Софіївського соборів, а також Контрактової, Поштової площ (рис.29.10, 29.11), набережної Дніпра, вул.Сагайдачного та Покровської. Саме там зосереджені найцікавіші туристичні об'єкти та головні пам'ятки історичної сакральної архітектури Києва, зокрема собори та церкви у стилі українського бароко. При цьому усі названі місця знаходяться в зоні пішохідної доступності та пов'язані між собою фунікулером.

Пов'язує Верхнє місто з Подолом через Андріїівський узвіз і нещодавно споруджений Пішохідно-велосипедний міст («Скляний міст» або «міст Кличка») (рис.29.12). Він був зведений у 2019 р., за п'ять місяців. Як зазначав мер Києва, цей міст будувала уся Україна, тому що тут працювали фахівці з усієї країни – від Луганської обл. до Львова. Міст має ламану форму, вигини, аби повторювати розміщення схилів, на

яких він знаходиться. Довжина мостового переходу - 212 м, виконаний він із бетону та скла, покриття – з гусасфальту. Вага металоконструкцій мосту – 460 т. Тільки його центральна частина довжиною 63 м важить 125 т. Її повністю зібрали внизу, а потім за допомогою спеціальних домкратів – підняли, вся операція тривала три доби. Для цього будівельникам довелося фактично побудувати ще один міст – технологічний, внизу, по якому їздив багатотонний кран. Так було зроблено, щоб не зашкодити історичному об'єкту – сходам до колони Магдебурзького права, яке для Києва здобув Подільський магістрат. Після закінчення будівництва технологічний міст розібрали. Пішохідно-велосипедний міст спирається на чотири опори – дві, на яких він змінює напрям, та дві опори по боках мосту. Висота найвищої опори - 32 м, найнижчої – 22 м. Майже всі матеріали, що використовували для будівництва мосту, виготовлені в Україні. Скло, яким облаштували 70 кв.м підлоги оглядових майданчиків, - теж українське. У Німеччині ж закупили деформаційні шви та ванти мосту. На жаль, у перший день функціонування мосту стався акт вандалізму – на двох фрагментах скляної підлоги мосту пошкодили захисну скло-плівку, але при цьому постраждав тільки верхній захисний шар скла. Цей шар робиться змінним за технологією, щоб його можна було оновити, якщо прозорість захисної плівки погіршиться. Вартість будівництва самого мосту склала 275 млн грн, а будівництво фонтану, освітлення території, її благоустрій, прокладення інженерних мереж, проєктування об'єктів та інші роботи – 90 млн грн, укріплення схилів – 55 млн грн, отже, загальна вартість усіх об'єктів споруди – мосту, фонтану, підпірних стінок та інші витрати, склала близько 400 млн грн. Всі витрати були перевірені Київським науково-дослідним інститутом судових експертиз та Контрольно-ревізійним управлінням. Цей міст дозволив вирішити логістичну проблему овертуризму у середмісті Києва, зокрема на вул.Хрещатик. Пропускна спроможність мосту – 60 тис. осіб на день, отже саме на стільки зменшується туристопотік на Хрещатику, який, використовуючи цей міст, перерозподіляється у парку Володимирська гірка у двох напрямках: перший – на Михайлівську (з виставкою трофейної московитської зброї) та Софіївську площі, другий – через Алею художників на Андріївський узвіз, і знову на Поділ, про недооцінені туристичні принади якого вже згадувалося.



Рис. 29.12. Пішохідно-велосипедний міст у Києві
під час святкування Дня міста 28 травня 2023 р.

29.3. Українське бароко як недооцінений архітектурно-туристичний потенціал Києво-Подолу

Після закінчення російсько-турецької війни 1774 р., яку московитам допомогли виграти українські козаки, Катерина ІІ видала злочинний указ від 1775 р. «Про знищення Запорозької Січі і про зарахування цієї до Новоросійської губернії», зажадавши припинення існування Війська Запорозького. У серпні того ж року Катерина ІІ проголосила в маніфесті: «Січ Запорозьку знищено цілком та назавжди. І навіть саму назву «запорозькі козаки» ніколи не слід вживати у майбутньому». А 1800 р. її син, імператор Павло І, спеціальним указом заборонив будувати церкви з грушовидними банями. На цьому закінчилась славетна епоха українського козацького бароко у сакральній архітектурі України, Києва і Подолу, але залишилися до нашого часу українські православні сакральні комплекси, збудовані у цьому стилі (зокрема, у Києві, окрім подільських церков, це: Софіївський собор, Михайлівський монастир, Києво-Печерська Лавра, Собор Різдва Богородиці у м. Козельці Чернігівської обл. (один з найбільших) та ще понад 50 у Лівобережній Україні, в тому числі зведених за часів гетьманства Івана Мазепи (1687-1709 рр.). Традиції українського козацького бароко не втратили своєї актуальності і через століття, так, про них згадали українські митці, що зводили будівлі у стилі «українського конструктивізму» (на заході він відомий, як «функціоналізм») у 1920 – 1930 рр. Приміром, вплив українського бароко проявився у будівлі Київського залізничного вокзалу (1927- 1932 рр., архітектори О,Вербицький та

П.Альошин) (рис.29.13), комплексі корпусів Національного університету біоресурсів і природокористування (1926-1929 рр., архітектор Д.Дяченко, репресований у 1930-ті рр. за «націоналізм»).



Рис.29.13. Головний фасад Центрального Київського залізничного вокзалу

Щоправда, час українському конструктивізмові був відпущений ще коротший: вже наприкінці 1930-х рр. його «задавив» помпезно-монументальний (і дуже коштовний на відміну від конструктивізму) напрям будівництва у містах, який пізніше отримав назву «стилю архітектурних надлишків» або «сталінського ампіру», і пережив свій апогей в кінці 1940-1950-х рр. Його, своєю чергою, змінив «хрущовський» економний стиль будівництва (це коли відмовилися від «шпилю із зіркою» – другого на Хрещатику, перший – таки встигли звести, у проєкті готелю «Москва» (нині «Україна») і замінили шпиль пласким дахом). Потім надійшов час «совітського модерну» «брежнєвського» періоду (1975-1980-ті рр.), але в жодному з наведених архітектурних напрямків і натяку не було на використання традицій українського бароко, або хоча б якихось з його елементів. Але термін «українське бароко» вже набув ширшого розуміння, його підхопили українські митці інших напрямків культури і мистецтва (наприклад, творчість Георгія Нарбута – творця дизайну перших українських грошей – гривень Української держави П.Скоропадського та карбованців УНР, з обов'язковим зображенням на них українських церков в стилі козацького бароко, засновника українського бренду книжкової справи, у ілюстраціях якого також присутні церкви напрямку «українське бароко» (1918-1920 рр.); напрям українського авангарду 1920 рр. – «бойчукізм»;

нарешті, діяльність відомої української художниці і правозахисниці Алли Горської (1929-1970 рр.), монументальні роботи якої були міксом українського бароко та мексиканського монументалізму тощо. Отже, на часі є відродження цих традицій і їхнє втілення в сучасній архітектурі Києва та Подолу.

Історія все розставила на свої місця, і нині українське (козацьке, мазепинське) бароко викликає все більшу цікавість та визнання не тільки у знавців архітектури, але й у туристів – українських та іноземних. А поки що туристичний потенціал українських церков Києво-Подолу використовується далеко не повністю, як і туристичні ресурси самого Подолу, наприклад, немає путівника або краще – фото-путівника (чи «Провідника» в термінології 1930-х рр.) «Поділ туристичний» (назва орієнтовна). А для українських та іноземних туристів екскурсія «Середньовічний Києво-Поділ - некоронована столиця гетьманської України» повинна бути в переліку обов'язкових туристичних заходів міста, що є особливо актуальним у сучасних умовах російської агресії. Близькою до неї може бути екскурсія «Середньовічний сакральний Києво-Поділ та сьогодення», натомість нині, судячи з оголошень в інтернеті, наймоднішою вважається і настирливо пропонується екскурсія «Містичний Поділ» - про київських відьом. Розробники цієї екскурсії, мабуть, вважають її тему найцікавішою для туристів в сучасних умовах, але ж це не так. Щодо назви пропонованої нами екскурсії «Середньовічний Києво-Поділ - некоронована столиця гетьманської України», то тут потребує пояснення майже кожне слово, причому, як у випадку перекладу з англійської мови, треба починати з кінця речення: отже, гетьманська Україна існувала у XVII-XVIII ст., поки її не ліквідувала Катерина II разом з Запорізькою Січчю; «некоронована столиця» - тому, що за гетьманських часів постійної столиці в Україні не було, «столицею» вважалось полкове місто, звідки походив гетьман (за Б.Хмельницького таким містом був Чигирин, оскільки Б.Хмельницький був чигиринським полковником, за І.Мазепи – відповідно, Батурин, за І.Скоропадського – Глухів, а за П.Конашевича Сагайдачного – взагалі містечко Трахтемирів, нині затоплене Канівським водосховищем, тощо). Але, при цьому, за усіх гетьманів найбільшим містом України, її сакральним, культурним, освітнім, торговельно-економічним, транспортним тощо залишався Київ, а в Києві - Києво-Поділ, особливо після отримання Києвом (Києво-

Подільським магістратом) Магдебурзького права 1494 р. Це «Право» постійно дошкуляло московитським імператорам, які його то скасовували, то поновлювали, аж поки остаточно не відмінили 1834 р.

Отже, Києво-Поділ є єдиним сучасним районом м. Києва, де збереглися середньовічне планування та архітектура, що є цінним потенціалом для розвитку туризму. Особливо це стосується сакральної архітектури Києво-Подолу, яка практично вся зведена у стилі українського бароко. Значна частина церков Подолу була знищена за радянських часів, але значна частина збереглася і до наших днів. Разом з відновленими за роки незалежності України, подільські церкви мають унікальні можливості для розвитку туризму у м. Києві, де середньовічних сакральних об'єктів залишилось не так вже й багато. У зведенні цих об'єктів брали участь низка українських гетьманів. Незважаючи на такий потужний туристичний потенціал, Києво-Поділ приймає недостатньо туристів, тому пропонуються заходи з переключення туристопотоків з середмістя Києва, зокрема вул. Хрещатик, до площ та вулиць Подолу з унікальними сакральними об'єктами в стилі українського бароко, до Алеї художників та Пейзажної алеї, до системи сходів на дніпровських схилах. Для подальшої популяризації Києво-Подолу, як туристичної дестинації необхідне видання сучасного путівника (фото-путівника) «Поділ туристичний».

Запитання та завдання для самоконтролю

1. Чому Поділ перейняв на себе функцію центру Києва за Середньовіччя?
2. Яку міську структуру мав Середньовічний Поділ?
3. Яка площа була центральною у Середньовічному Подолі?
4. Яка вулиця була головною у Середньовічному Подолі і які сакральні об'єкти там концентрувалися?
5. Які церкви в стилі українського бароко переважали на Подолі?
6. З якими труднощами зустрілись дослідники архітектури українського бароко на Подолі?
7. З якою легендою пов'язана назва Притисько-Микильської церкви на Подолі?
8. Який архітектор збудував більшість церков Подолу в стилі українського бароко та водогін на Подолі, відомий нині як «Фонтан Самсона»?
9. З якими українськими подорожниками XVIII ст. пов'язаний Києво-Поділ?
10. Які архітектурні ознаки має стиль українського бароко?
11. Чи є туристичний путівник по Подолу?
12. Яке продовження мав феномен «Українського бароко» у XX ст.?
13. Яке логістичне призначення має велосипедно-пішохідний міст у Києві в сенсі перерозподілу туристичних потоків?

Розділ 30. ЛОГІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ТУРИСТИЧНИХ "ЧУДЕС СВІТУ" ТА УКРАЇНИ

Мета розділу є полягає в тому, щоб з позиції логістики оцінити класичні та нові "чудеса світу", а також туристичні чудеса України, враховуючи їхні транспортно-дорожні, складські, митні та інші функції, які з сучасного погляду можна кваліфікувати, як логістичні.

30.1. Логістична оцінка класичних "Чудес світу"

Абсолютні переваги країн світу з рекреаційно-туристичних ресурсів виявилися ще понад 2,2 тис. р. тому, коли Філон Візантійський здійснив реєстр найвидатніших споруд, які отримали назву "семи чудес світу"" До його складу увійшли: 1) піраміди фараонів у Єгипті (3 тис. до Р.Хр.); 2) "Висячі сади" Семіраміди у Вавилоні (VII ст. до Р.Хр.); 3) Храм Артеміди в Ефесі (VI ст. до Р.Хр.); 4) Статуя Зевса в Олімпії (V ст. до Р.Хр.); 5) Мавзолей в Галікарнасі (IV ст. до Р.Хр.); 6) Колос Родоський (III ст. до Р.Хр.); 7) Александрійський маяк (IIIст. до Р.Хр.).

Античні описи цих див світу становили зміст одних із перших путівників, які застосовували заможні греки, пізніше - римляни, котрі подорожували Середземномор'ям, користуючись розвинутою дорожньою мережею давньоримської держави. Донині з наведених вище семи див стародавнього світу збереглися лише єгипетські піраміди. У 2000 р. у колишнього генерального директора ЮНЕСКО Ф. Майора виникла ідея скласти сучасний список "чудес світу". Оновлений рейтинг "чудес" оголосили 7 липня 2007 р. Автором і організатором такого конкурсу став швейцарський дослідник природи Б.Вебер. Голосування відбувалося в декілька етапів і тривало понад рік. При цьому комплекс давньоєгипетських пірамід у Гізі не брав участі в голосуванні, оскільки йому надали почесний статус учасника першого списку семи див світу. До нових семи "чудес світу" належать:

1) Римський Колізей (I ст.);

2) Велика китайська стіна (III ст. до Р.Хр.);

3) Статуя Христа в Ріо-де-Жанейро в Бразилії (1931 р.);

4) Місто давніх інків Мачу-Пікчу в Перу (XV ст.);

5) Піраміди індіанців майя Чичен-Ітца в Мексиці (X ст.);

6) Мавзолей Тадж Махал в Індії (XVII ст.);

7) Скельний комплекс Петра в Йорданії (I ст. до Р.Хр.).

У той самий день (7 липня 2007 р.) в Україні оголосили 21 претендента на почесне звання "Семи чудес України". Результати були відомі вже 22 серпня 2007 р. До списку "Семи чудес України" увійшли:

1) Заповідник "Кам'янець" у Хмельницькій обл. (XIV ст.);

2) Козацький острів Хортиця в Запорізькій обл. (XIV ст.);

3) Дендропарк "Софіївка" в Умані (Черкаська обл.) (Х"УШ ст.);

4) Києво-Печерська Лавра (XI ст.);

5) Софія Київська (XI ст.);

6) Хотинська фортеця у Чернівецькій обл. (XIII ст.);

7) Херсонес Таврійський у Криму (I ст.).

З погляду логістики цікаво, що багато із зазначених вище класичних і нових див світу, а також українських чудес мали свого часу істотний зв'язок із транспортними, складськими та митними функціями, а для деяких див світу та України транспортно-логістичний чинник виявився вирішальним щодо їх функціонування та подальшого розвитку (табл. 30.1).

Таблиця 30.1. Транспортно-логістичні функції класичних, сучасних та українських чудес світу

№	Назва	Час	Країна (область)	Транспортно-логістичні функції
I. Класичні "чудеса світу"				
1	Піраміди фараонів У Гізі	3 тис. до Р.Хр.	Давній Єгипет	Стародавня будівельна логістика
2	"Висячі Сади" Семіраміди у Вавилоні	III ст. до Р.Хр.	Давній Вавилон	Перша цивілізаційна згадка про асфальт, міст через р. Євфрат, митний контроль
3	Храм Артеміди в Ефесі	VI ст. до Р.Хр.	Давня Греція	Складські функції, будівельно-логістичні рішення
4	Статуя Зевса в Олімпії	V ст. до Р.Хр.	Давня Греція	Мультимодальне перевезення негабаритного вантажу державного значення
5	Мавзолей у Галікарнасі	IV ст. до Р.Хр.	Давня Греція	Відображено транспортний засіб особистого користування за античних часів (квадрига)
6	Колос Родоський	III ст. до Р.Хр.	Давня Греція	Розташований на вході до порту о. Родос
7	Александрійський маяк	III ст. до Р.Хр.	Давній Єгипет	Розташований біля порту Александрія на о. Фарос

II. Сучасні "чудеса світу"				
1	Римський Колізей	I ст.	Давній Рим	Досконала система управління потоками глядачів; відбувались морські битви - "навмахії"
2	Велика Китайська стіна	III ст. до Р.Хр.	Давній Китай	Будівельна логістика, використання давньокитайської дорожньої системи
3	Статуя Христа в Ріо-де-Жанейро	1931 р.	Бразилія	Мультимодальне транспортування негабаритного вантажу, транспортна інфраструктура (трамвайна лінія, ескалатор)
4	Місто давніх інків Мачу-Пікчу	XV ст.	Сучасна Перу	Бруковані дороги в самому місті та біля нього, склади
5	Піраміди індіанців майя Чичен-Ітца	X ст.	Сучасна Мексика	Бруковані дороги
6	Мавзолей Тадж Махал	XVIII ст.	Сучасна Індія	Використання слонів з метою транспортування будівельних матеріалів
7	Скельний комплекс Петра	I ст. до н. е.	Сучасна Йорданія	Транспортно-складський та митний осередок на перехресті стародавніх караванних маршрутів, "дорога Траяна"
III. Туристичні «чудеса» України				
1	Заповідник "Кам'янець"	XIV-XVIII ст.	Хмельницька обл.	Середньовічний Замковий міст з давньоримською історією, транспортно-складський і митний осередок, середньовічна воєнна логістика
2	Козацький острів Хортиця	XIV-XVIII ст.	Запорізька обл.	Транспортно-митний осередок, корабельня, козацькі склади га скарби під водою
3	Дендропарк "Софіївка" в Умані	XVII-XVIII ст.	Черкаська обл.	Історична транспортно-туристична інфраструктура, доставка дерев екзотичних порід з усього світу
4	Києво-Печерська Лавра	XI ст.	м. Київ	Логістика монастирського господарства, середньовічна оборонна логістика
5	Софія Київська	XI ст.	м. Київ	Ранньосередньовічна будівельна та інформаційна логістика, мультимодальна доставка саркофага
6	Хотинська фортеця	XIII-XVIII ст.	Чернівецька обл.	Транспортно-митні функції, історичний будинок митниці
7	Херсонес Таврійський	I ст.	Автономна Республіка Крим	Порт, склади, "Віа Мілітаріс"

Отже, з першого списку класичних "чудес світу" певний зв'язок із логістикою мали усі сім, але безпосередньо з виконанням транспортно-логістичних функцій були пов'язані лише два - Колос Родоський та Александрійський маяк. Хоча давньогрецький історик Геродот зазначав, що до таких чудес належить і міст через річку Євфрат у давньому Вавилоні (разом із вавилонською вежею). Водночас уперше в людській цивілізації асфальт використали у "висячих садах" Семіраміди у Вавилоні. Зрозуміло, це був не той асфальт, з якого зроблені сучасні автодороги, та й застосовували його по-іншому. За часів фараонів у Давньому Єгипті перевозили кам'яні блоки з каменярень до місць спорудження пірамід, для чого була створена спеціальна дорога.

Єгипетські піраміди: стародавня будівельна логістика

Це найстаріше "чудо світу", котре прославило єгипетську землю ще в давні часи. Дивовижні штучні гори мають форму правильного трикутника. Гробниці єгипетських царів розташовані на десятки кілометрів - від сучасної столиці Єгипту Каїру до Фаюмського оазису. Перший фараон, який побудував над своєю домовиною піраміду, - Джосер. Така стародавня піраміда складалася з шести величезних сходинок. До її появи споруджували гробниці з масивною прямокутною надземною частиною, складеною з каменю. За формою вони нагадували арабські лавки - мастаби - і під цією назвою увійшли в науку. Піраміда Джосера має шість таких мастаб (від великої до маленької), поставлених одна на одну. Кажуть, що першу в світі кам'яну споруду таких значних розмірів (висота майже 60 м) створив Імхотеп - визначний вчений, медик, математик та архітектор, був візиром у фараона Джосера. Під час розкопок біля піраміди знайшли "місто мертвих", що оточувало гробницю фараона. Своєю чергою, це "місто" разом із пірамідою оберігала стіна з білого вапняку. Багато таємниць пов'язано з найбільшою пірамідою, збудованою фараоном Хуфу (грецьк. - Хеопс), який жив у XXVIII ст. до Р.Хр. Цій величезній споруді майже п'ять тисяч років, її висота становить 147 м (нині унаслідок обвалу вершини - 137 м), а довжина кожної сторони - 233 м. Щоб обійти піраміду, потрібно подолати шлях довжиною понад 1 км. До кінця XIX ст. піраміда Хуфу була найвищою на Землі. Вчені підрахували, що її складено з 2 300 000 величезних брил вапняку, гладенько відшліфованих, причому кожна брила важила понад 2 тис. т. Їх настільки майстерно прилаштували одна до одної, що щілин між ними майже не видно,

і тим більше в таку щілину неможливо просунути лезо ножа. Кам'яні брили міцно приставали одна до одної та трималися тільки завдяки власній вазі. Нині точність праці каменотесів і шліфувальників дивує, особливо, якщо уявити, що ці майстри використовували тільки кам'яне знаряддя.

Логістичний аспект процесу зведення піраміди (стародавня будівельна "логістика") полягав спочатку у видобуванні каміння з метою побудови пірамід у каменярнях на правому березі Нілу, недалеко від стародавньої столиці Єгипту Мемфіса. Відколоте каміння витягували із шахт каменярень за допомогою товстих канатів, сплетених із папірусу (їх знайшли у древніх каменярнях). Вапнякові брили обробляли майстри - каменотеси на місці видобування. Потім обтесані вапнякові блоки на кораблях перевозили на інший берег Нілу. До місця будови їх доставляли, навантаживши на спеціальні дерев'яні санки. Про такі деталі йдеться у праці давньогрецького історика Геродота, який відвідав Єгипет у V ст. до н. е. Він був першим ученим, котрий детально виклав відомості про піраміди в одній із дев'яти книг своєї уславленої "Історії". Геродот зазначав, що тільки дорогу, якою доставляли кам'яні брили від Нілу до місця зведення піраміди, будували 10 років. Власне, цей шлях, широкий, викладений із боків шліфованим камінням, прикрашений різноманітними зображеннями, за словами історика, був дивовижною спорудою.

Після праці шліфувальників, у результаті якої поверхня брил ставала гладенькою та блискучою, каміння вважали готовим для будівництва. На вапняковій скелі, очищеній від піску, гравію та каміння, споруджували піраміду, укладаючи блоки у вигляді гігантських сходинок. Серед цих блоків, за словами Геродота, не було жодного висотою менше 9 м. Щоб витягнути кам'яні брили наверх, зводили похилий насип, який потім розрівнювали. Ним будівельники тягнули на канатах важкі блоки, котрі встановлювали на відповідне місце за допомогою дерев'яного важеля. Цей процес тривав 20 років, а кількість робітників одночасно становила 100 тис. (вони змінювалися кожні три місяці). Коли завершували кладку піраміди, її сходинки покривали облицювувальними блоками з білого мармуру, привезеними із каменярень, що знаходилися у Верхньому Єгипті, біля Асуана. За виступами піраміди облицьовані блоки піднімали наверх і вкладали зверху вниз, потім полірували.

Піраміди - це майже суцільна кам'яна кладка. Вхід до неї завжди розміщувався з північного боку, на висоті 14 м від Землі. Всередині споруди розташовані декілька камер, з яких тільки дві були для поховання. Одна, нижня, як допускають учені, призначалася для дружини фараона; інша, трохи більша (10,6 х 5,7 м), що знаходилася на висоті 42,5 м від підстави піраміди - для домовини власне царя. У ній стояв саркофаг із червоного полірованого граніту. Над камерою для поховання фараона розміщувалися одна над одною ще п'ять камер, імовірно, для розподілу тиску. В товщі піраміди прокладено декілька вузьких і довгих коридорів, що ведуть до камер піраміди та в нижню камеру. Знайдено також дві вентиляційні щілини, що пронизують усю споруду та починаються від поховальної камери фараона.

Другою за величиною після піраміди Хуфу вважають піраміду фараона Кафра (Хефрена). Вона на 8 м нижча, але менш зруйнована. Зверху збереглися частина білої полірованої облицьовуваної поверхні. Інші споруди значно менші, але багато з них значно пошкоджені. Поблизу піраміди Кафра на пагорбі, висота якого становить 20 м, розташована знаменита фігура сфінкса - лежачого лева з головою людини, яку висікли із суцільного скельного виступу. На голові статуї - пов'язка, яку носили тільки фараони. На думку дослідників, це статуя фараона Кафра, що належала до комплексу споруд, пов'язаних із гробницею фараона.

Після поховання забальзамованої мумії фараона всі входи до піраміди та виходи з неї замуровували. Отже, царська могила була недоступна для людей і демонів; фараон покоївся у склепі під 100-метровою товщиною. Однак перестороги виявилися марними: царські гробниці у свій час пограбували і донині збереглися лише пусті зали та складні переходи всередині споруди. Про нечувану цінність скарбів, що були в домовинах фараонів, лише здогадувалися доти, доки в 1922-1923 рр. не відкрили відому гробницю фараона XVIII династії Тутанхамона, який помер у XIV ст. до Р.Хр., тобто понад 32 століття тому. За щасливим збігом обставин її не пограбували і все багатство скарбів, що супроводжувало царя у Його загробне життя, ученим вдалося знайти, нині ці знахідки експонуються в Єгипетському музеї в Каїрі, також вони були доступні для оглядин і в Києві під час виставки "Скарби Тутанхамона" (2003 р.).

Фараон Тутанхамон не був видатним царем, помер у молодому віці (18 років). Під час його правління Єгипет не досяг особливої могутності та не здобув значного багатства. Піраміду над могилою Тутанхамона не споруджували, оскільки тоді фараонів вже ховали в Долині царів, у гробницях, вирубаних у скелі. Така гробниця мала декілька кімнат, розташованих навколо центрального приміщення, де стояв саркофаг фараона. В них знайшли багато різноманітних цінних речей, у тому числі чотири золотоковані колісниці; золоті царські ложі з головами звірів; золотий трон, на спинці якого з дорогоцінного каміння було зроблене зображення померлого фараона та його дружини; вази з прозорого алебастру, де зберігали пахучі мазі; дерев'яні футляри зі смаженими гусками та окістами; численні скрині з одягом, взуттям, коштовностями, посудом. Біля входу до центрального приміщення розміщувалися дві статуї самого фараона. Відкривши ці двері, вчені побачили суцільну стіну із золота, прикрашену плитками бірюзового кольору. Це бік саркофага, який займав майже всю кімнату. З іншого боку ящика були дверцята, на котрих була печатка з ім'ям Тутанхамона, закриті на бронзовий засув. Коли зняли перший золотий футляр, під ним виявилися інший, також із золота та з прикрасами. В перегородках між першим і другим саркофагами знаходилися золоті опахала зі страусиного пір'я, алебастрові посудини та інші цінні речі. Третій саркофаг зроблений із коштовного позолоченого дуба, а під ним - футляр з рожевого граніту. Знявши кришку, вчені побачили золоте ложе, на якому розташовувався саркофаг у формі обгорненої мумії. Він був покритий листами золота та відблискував дорогоцінним камінням. Останній саркофаг, в якому лежала мумія Тутанхамона, завернена в 16 полотняних пелен, зроблений з чистого золота. Обличчя мумії закривала золота маска - портрет молодого фараона. На мумії було багато золотих прикрас - намист і браслетів, зокрема, на ногах - золоті ковані сандалії, а пальці рук та ніг поміщені в золоті футляри. Скарби, знайдені в могилі царя, вважали безцінними.

Проте, це не найбагатше погребіння єгипетських царів. Невипадково Вавилонський цар писав єгипетському фараону: "Брате мій, золота в твоїй країні стільки, скільки й піску".

"Висячі сади" Семіраміди у Вавилоні

Митний контроль міст через річку, Євфрат, перша цивілізаційна згадка про асфальт.

За древніми переказами, "висячі сади" Семіраміди розташовувалися на східному березі річки Євфрат, приблизно за 90 км на південь від Багдада (Ірак). Там розміщувалося старовинне місто Вавилон - столиця царства, на вході до якого купців зустрічали оцінник і митник. Перший оцінював товар, а другий стягував ввізне мито.

Історія створення цього "чуда світу" сягає давніх часів: вавилонський цар Навуходоносор II (605-562 р. до н. е.) з метою боротьби проти головного ворога - Ассирії, війська якої двічі руйнували столицю держави Вавилон, уклав військовий союз із Кнаксаром, царем Мідії. Перемігши, вони розділили територію Ассирії між собою. Військовий союз зміцнили одруженням Навуходоносора II на дочці мідійського царя Семіраміді. Запорошений і галасливий Вавилон, розташований на голій піщаній рівнині, не радував царицю, яка виросла в гористій та зеленій Мідії. Щоб утішити її, Навуходоносор наказав звести "висячі сади". Нині найбільш точні відомості про них містяться у творах грецьких істориків, наприклад, Вероссуса й Діодо-руса, але опис "садів" короткий. Наприклад: "Сад - чотирикутний, його бік складається з дугоподібних сховищ, розміщених у шаховому порядку на зразок кубічних підстав. Сходження до самої верхньої тераси можливе сходами...". У манускриптах часів Навуходоносора не має жодних згадок про "висячі сади", хоча в них дослідники виявили характеристики палацу міста Вавилона та мосту через річку Євфрат. Навіть історики, котрі докладно описували "висячі сади", ніколи їх не бачили. Сучасні дослідники вважають, що коли солдати Александра Македонського досягли родючої землі Месопотамії та побачили Вавилон, вони були вражені. Після повернення на батьківщину, вони повідомили про дивні сади і дерева в Месопотамії, про палац Навуходоносора, вавилонську вежу і зикурати. В архітектурному плані палац Навуходоносора з "висячими садами" - піраміда, що складалася з чотирьох ярусів-платформ, їх підтримували колони висотою 25 м. Нижній ярус мав форму неправильного чотирикутника, найбільший бік якого становив 42 м, найменший - 34 м. З метою запобігання просочуванню води, якою поливали рослини, поверхню кожної платформи спочатку покривали шаром тростини, змішаної з асфальтом, потім двома шарами цегли із гіпсовим розчином, поверх цього

укладали свинцеві плити. На них товстим шаром лежала родюча земля, в яку висаджували насіння різних трав, квітів, чагарників, дерев. Піраміда нагадувала вічно квітучий зелений пагорб.

У порожнині однієї з колон розміщували труби, ними цілодобово водопідйомним колесом, яке обертали сотні рабів, подавали воду з Євфрату на верхній ярус садів, звідки, стікаючи струмочками і невеликими водоспадами, вона зрошувала рослини нижніх ярусів. Дивом здавалося дзюрчання води, тінь і прохолода серед дерев, привезених із далекої Мідії, у вавилонській пустелі. У 331 р. до Р.Хр. війська Александра Македонського захопили Вавилон. Прославлений полководець зробив місто столицею своєї величезної імперії. Саме тут, у тіні "висячих садів" він помер у 323 р. до Р.Хр. Після його смерті Вавилон поступово занепав, в занедбаному стані опинилися і сади. Унаслідок повеней зруйнувався цегляний підмурок колон, платформи обрушилися на землю. Так зникло одне з "чудес світу".

У XX ст. з'ясували деякі таємниці, пов’язані з "висячими садами". Археологи все ще намагаються зібрати відповідні підтвердження, щоб зробити остаточні висновки про місце розташування "садів", їх систему зрошування та істинні причини їх появи. Донині зберігся єдиний відбиток грандіозного пам'ятника інженерної думки - відкрита за допомогою розкопок Роберта Кольдевея у 1898 р. мережа траншей поблизу іракського міста Ель-Хілла (за 90 км від Багдада), в зрізах яких видно напівзруйновану кладку.

Храм Артеміди в Ефесі

Складські функції, будівельно-логістичні рішення.

У VI ст. до Р.Хр. значного розвитку досягло старогрецьке місто Ефес, засноване на західному узбережжі Малої Азії в Карії у XII ст. до Р.Хр. Саме з малоазійських міст виходили сміливі мореплавці та колоністи, котрі прямували в Чорне море та до африканських берегів. Покровителькою міста вважали Артеміду - дочку царя богів всемогутнього Зевса і Літо, сестри Алоллона. Спочатку вона була богинею родючості, покровителькою тварин і полювання, а також богинею місяця, потім - покровителькою цнотливості й охоронницею породілей. Городяни вирішили побудувати величний храм на честь такої покровительки. Цей намір мав і практичне значення. Ефесці здійснювали значні лихварські операції, під великі відсотки надавали гроші в позику. Старці

сподівалися, що нова споруда збільшить обіг "банку" Артеміди. Запрошений для упорядкування проєкту храму, відомий архітектор Харси-фрон із Каносса запропонував зробити його мармуровим, в оточенні подвійного ряду стрункіх колон. Проте виникли проблеми, пов'язані з тим, що поблизу не було мармуру. Допоміг випадок. Пастух Піксодор пас череду недалеко від Ефеса. Він спостерігав за ситуацією, коли два барани з'ясовували стосунки: нахиливши голови, вони помчали назустріч один одному, але промахнулися. Проте один із них стукнувся об скелю, унаслідок удару від неї відколовся уламок сліпучого білого кольору. Здивований пастух із цим каменем поспішив у місто. Радісні жителі привітали пастуха, віддячили, і невідомий Піксодор став знаменитістю - Євангелієм, що означає: "той, що приніс благу звістку". Будівництво храму тривало 120 років. Його вирішили спорудити недалеко від гирла річки Каністри. Ґрунт був болотистий. Думали, що саме таким шляхом вдасться послабити поштовхи землетрусів, що часто траплялися на узбережжі Малої Азії. Ґрунт посипали товченим вугіллям, яке старанно утрамбовували. По такій землі було важко перевозити мармурові колони з каменярень, що розміщувалися в 12 км від храму. Колеса возу в'язли у болоті. Тоді Харсифрон запропонував застосувати спосіб, за допомогою якого вирівнювали ґрунт. У кінці колони забили залізні прути, зміцнивши їх оловом, і на ці осі по обидва боки колони насадили колеса такої величини, що кам'яна колона висіла на залізних осях. Потім прикріпили довгі жердки, впрягли биків. При Харсифроні звели лише будівлю храму і встановили колонаду. Продовжив будівництво його син - архітектор Метаген. Йому вдалося закінчити верхню частину храму. З великими труднощами балки витягали за допомогою канатів по похилій площині на висоту споруди. На цьому етапі виникли труднощі: потрібно було покласти архітрав на вершину колони так, аби не пошкодити її капітель. Як і батько, Метаген дотепно розв'язав проблему. На вершину колони поклали мішки із піском, на них опустили балки, під якими пісок поступово висипався, і балка плавно займала відповідне місце. Але і цей архітектор не встиг добудувати храм. Роботу продовжили Пеоніт і Деметрій. У 550 р. до Р.Хр. завершили зведення біломармурової будівлі. Святилище було величезне: довжина становила 110 м, а ширина - 55 м. Його оточували два ряди мармурових колон висотою майже 18 м. За свідченням Плінія Старшого, їх нараховували 127.

Пройшло майже 200 років. У 356 р. до н. е. житель Ефеса Герострат підпалив святиню малоазійських міст. Це відбулося в ніч народження Александра Македонського. Храм зазнав значних ушкоджень. Здобиччю вогню виявилися дерев'яні конструкції, запаси зерна в підвалах, картини й одяг жерців. На відновлення храму мешканці Ефеса віддали всі свої заощадження і коштовності, їх підтримали жителі інших міст Малої Азії. Сам Александр Македонський запропонував оплатити всі витрати на реконструкцію, проте поставив умову, щоб у святилищі з'явився напис про його заслуги. Ефесці не погодилися і тактовно відповіли знаменитому полководцю: "Богу не личить споруджувати храми іншим богам". Відновленням храму Артеміди зайнявся архітектор Хейрократ, котрий дещо змінив у храмі: підняв східчасту підставу, аби храм був вищим, ніж будівлі, що з'явилися навколо нього за останні століття. Зсередини храм облицювали мармуровими плитами. У головному залі розмістили статую Артеміди, висота якої становила 15 м, покриту золотими прикрасами і дорогоцінностями. У художньому оформленні брали участь видатні грецькі скульптори і живописці. Рельєф для вівтаря вирізував знаменитий афінський скульптор Пракситель, рельєф на одній із колон - Скопас.

У 263 р. храм Артеміди розграбували готи. Сприяв зникненню цього "чуда" болотистий ґрунт, що поступово поглинув величезну будівлю, і річка Каністра, котра наносами мулу вкрила залишки споруди. Коли археологи зацікавилися пам'яткою, на поверхні землі нічого не було видно. їм знадобилися десятиліття, аби відтворити образ одного з "чудес світу". Від храму Артеміди залишилась тільки одна колона, яку недавно відновили. Виявили й інші сліди великого міста Ефес: зруйнований театр, бібліотеку, лазні та інші громадські будівлі.

Статуя Зевса в Олімпії

Мультимодальне перевезення нестандартного вантажу державного значення.

Давньогрецьке місто Олімпія, розташоване у північно-західній частині Пелопоннесу, - релігійний центр, місце культу верховного бога древніх греків Зевса та проведення присвячених йому Олімпійських ігор. Це був найбільший художній центр Давньої Греції. Архітектура Олімпії в основному сформувалася в VII-IV ст. до Р.Хр. В одній з легенд йдеться про те, що Олімпію заселили аргонавти після повернення з

Колхіди. Там і розміщувалося й одне із семи "чудес світу" - величезна і прекрасна статуя владики Олімпу Зевса. За переказами, саме тут Зевс почав боротьбу зі своїм батьком, кровожерливим і віроломним Кроном, який пожирав власних дітей, оскільки оракул передбачив йому загибель від руки сина. Врятований матір'ю, змужнілий Зевс переміг і примусив Крона відригнути своїх братів і сестер. На честь цієї перемоги започаткували олімпійські ігри, котрі уперше відбулися у 776 р. до Р.Хр. Минуло понад два століття і в 456 р. до Р.Хр. в Олімпії архітектор Лібон збудував храм, присвячений Зевсу, який вважали головною святинею міста. Як свідчать античні історики, в Олімпійській долині мали майстерні багато відомих еллінських скульпторів - Мирон, Поліклет, Скопас, Пракситель. Статую Зевса зробив геніальний давньогрецький скульптор Фідій. Корінний афінянин, Фідій народився, як вважають, у 500 р. до Р.Хр. і помер приблизно у 430 р. до Р.Хр. Він був найвидатнішим скульптором, архітектором, живописцем, мислителем. Скульптор у своїх зображеннях зумів передати надлюдську велич. Такою і була статуя Зевса, створена для храму в Олімпії, її розмістили в кінці величезного залу святині, довжина якого становила 64 м, ширина - 28, а висота внутрішнього приміщення - майже 20 м.

Величезний 14-метровий Зевс сидів на троні із золота, слонової кістки, чорного дерева і дорогоцінних каменів. На багато оздобленому кріслі Фідій відтворив чимало сюжетів еллінської міфології та фігури реальних людей. Скульптор створив статую Зевса з золота і слонової кістки. Пластинки цих коштовних матеріалів він мистецьки закріпив на спеціальному дерев'яному каркасі. Голову Зевса прикрашав золотий вінок із оливкових гілок - знак миролюбства грізного бога. Оголену до пояса фігуру Зевса і голову виточив зі слонової кістки. В одній руці Зевс тримав золоту статую крилатої фігури Ніки, іншою спирався на скіпетр із орлом на верхньому кінці. Плащ, перекинутий через плече, волосся і бороду виліпив також із золота.

За часів Візантійської імперії статую Зевса перевезли в Константинополь до палацу імператора Феодосія II (V ст.). Таке транспортування - складне логістичне завдання на ті часи, адже передбачало суходольну ділянку від Олімпії до порту Пірей біля Афін (понад 60 км) та морський шлях від порту Пірей до Константинополя (700 км). Перевозили статую з кріслом, на якому він сидів (суцільна конструкція). Отже, можна

лише уявити, як виконували таку грандіозну логістичну операцію, якого обережного ставлення до вантажу, що перевозилися, вона потребувала (оскільки здійснювали транспортування за наказом власне імператора Візантійської імперії), які транспортні засоби використовували. Мабуть, на суходолі це була спеціально виготовлена платформа, котру тягли воли, на морі - один із найбільших кораблів. Із застережними заходами здійснювали відповідні навантажувально-розвантажувальні роботи. Проект мультимодального перевезення такого надзвичайно цінного вантажу розробив, на жаль, нам не відомий, візантійський "логіст".

Багато творів "поганського" мистецтва знищили християнські фанатики, але величну статую Зевса вони не наважились зруйнувати. Проте в V ст. згорів палац імператора Феодосія II, а разом із ним геніальний витвір Фідія. Про статую відомо лише зі свідчень сучасників. З перемогою християнства занепала Олімпія, а в 426 р. її спалили за наказом імператора Феодосія II. Збережені будівлі та статуї остаточно зруйнувалися унаслідок землетрусів у 522 і 551 рр. Нині від храму Зевса залишилися лише руїни та дві колони при вході.

Галікарнаський мавзолей

Відображення транспортного засобу особистого користування за античних часів.

Одним із найграндіозніших пам'ятників грецької архітектури пізньої класики вважають величну гробницю в Малій Азії, столиці невеличкої Карійської держави - Галікарнасі. Місто мало зручне географічне розташування: тут був порт, захищений природою, зручний з погляду торгівлі. Уздовж гавані розміщувалася ринкова площа, нагору через центр проклали широку вулицю, "посередині якої спорудили мавзолей, збудований у такому грандіозному масштабі, що його віднесли до семи "чудес світу", - зазначав Вітрувій. Гробницю звела в IV ст. до н. е. цариця Артемісія. Її чоловік Мавсол був багатим і жорстоким правителем, який вводив податок за податком, беручи прибутки з усього, наприклад, із похоронних обрядів.

В архітектурі Галікарнаського мавзолею вперте в грецькій архітектурі поєднано всі три відомі ордери: нижній поверх підтримували 15 доричних колон, внутрішні колони верхнього поверху були коринфськими, а зовнішні - іонічними. Для мавзолею характерна сувора геометричність, масивна простота, наповнена внутрішньою силою, і

прагнення до декоративності, легкості форм і правильності ліній. Галікарнаський мавзолей - триярусна споруда. Перший ярус оточувала стрічка рельєфу з білого мармуру, у ньому розміщувався заупокійний храм площею 5000 кв. м і висотою майже 20 м. Другий ярус утворювала струнка мармурова колонада, а третій - стріха у вигляді піраміди, теж мармурова. Завершує будівлю чотирикінна колісниця (квадрига), якою керували мармурові Мавсол і Артемісія. Урочиста споруда сягала заввишки 40-50 м. Навколо гробниці розташовувалися статуї левів і вершників, які скачуть. Зводили мавзолей архітектори Сатир і Піфій, а його скульптурні композиції доручили декільком майстрам, у тому числі великому Скопасу. Збереглися уламки фриза гробниці Мавсола, що зображує битву греків з амазонками - "Амазономахія". Вчені вважають, що цю роботу викопав Скопас або його помічники. Дев'ятнадцять сторіч стояв мавзолей. Брак каменю призвів до руйнування низки найцінніших пам'ятників. Те саме відбулося із мавзолеєм у Галікарнасі. Гробницю царя, котру трохи пошкодив землетрус, знесли лицарі - іоаніти, побудувавши з неї кам'яний монастир-фортецю. Квадрига зі статуями Мавсола й Артемісії, а також інші прикраси Мавзолею зберігаються нині у Британському музеї в Лондоні. Пам'ять про мавзолей у Галікарнасі залишилися у багатьох подібних спорудах, що згодом зводили в різних містах Близького Сходу.

Колос Родоський: споруджений при вході до морського порту

Це "молодший" сучасник мавзолею в Галікарнасі та храму Артеміди в Ефесі. Думка щодо його створення виникла навесні 304 р. до Р.Хр., коли мешканці невеликого острівця біля берегів Малої Азії, стоячи на зруйнованих стінах після тривалої облоги, дивилися, як зникають у морі кораблі одного з нащадків держави Олександра Македонського - сина правителя Передньої Азії та Сирії Деметрія Поліоркета. Щоб підкорити родосців, Поліоркет застосував облогові башти. Гордістю його війська була гелеополіда - облогова башта з таранами та перекидним мостом, катапультами, майданчиками для десанту. Це диво тогочасної військової техніки, оббите залізом, приводили в рух 3400 воїнів. Залишаючи острів після невдалої облоги, нападники покинули на березі величезну гелеополіду, котра не виконала свого призначення. Вона і прославила місто, і принесла вигоду. Купці, які зібралися в місті після перемоги, запропонували купити гелеополіду, як металобрухт, за ціною 300 талантів, що

становило казкову на ті часи суму. На гроші від продажу башти вирішили збудувати статую Геліоса - захисника Родосу. Роботу зі статуєю доручили скульптору Харесу, учневі Ліліппа. Він запропонував виконати статую Геліоса у позі стоячи. У лівій руці Геліос тримав покривало, що спадало до землі, а праву приклав до лоба, вдивляючись у далечінь. Щоправда така поза суперечила канонам, але скульптор розумів, що Колос не втримається, якщо стоятиме з рукою, простягнутою вперед. Основою 36-метрової статуї були три масивні кам'яні стовпи, закріплені залізними балками на рівні плечей, їх підстави розміщувалися в ногах статуї та покривалі. На висоті плечей та на поясі стовпи з'єднували поперечні балки. На стовпах і балках був закріплений залізний каркас, покритий кованими листами бронзи. Колос будували на березі гавані на штучному пагорбі, облицьованому білим мармуром. 12 років ніхто не бачив статуї, оскільки, як тільки на каркас встановлювали черговий пояс бронзових листів, одразу підсипали насип, що оточував Колос, аби майстри зручніше піднімалися наверх. Коли насип забрали, жителі Родосу побачили свого бога-захисника, голову якого прикрашав променистий вінець. Статую Геліоса було видно за багато кілометрів, і незабаром чутка про неї поширилася античним світом. Але вже через півстоліття унаслідок сильного землетрусу Родос зруйнувався і Колос упав, при цьому найвразливішим місцем статуї виявилися коліна, відтоді й пішла назва "Колос на глиняних ногах".

Родосці намагалися підняти статую. Відомо про спроби сусідів допомогти їм. Наприклад, єгипетський цар надіслав декілька сотень талантів міді й майстрів, однак це не допомогло. Так і залишився лежати на березі бухти Колос - головна туристична пам'ятка острова протягом декількох століть, її бачив давньоримський учений Пліній Старший - автор "Природної історії" та "Історії мистецтв", у 33-36 книгах якої йдеться про "чудеса світу". Плінія найбільше вразило те, що не всі могли охопити руками великий палець статуї. За розповідями очевидців, він виглядав значно більшим, ніж був насправді. У римській літературі з'явились легенди про те, що Колоса побудували над входом до гавані і він був настільки величезний, що між його ногами пропливали до міста кораблі.

Понад 1000 років пролежав розколотий Колос біля Родосу. У 977 р. арабський намісник, якому потрібні були гроші, продав статую купцеві. Останній, щоб відвезти

Колоса з метою переплавлення, розрізав його на частини і навантажив бронзою 900 верблюдів.

Александрійський маяк: розміщений на острові Форос біля морського порту

Це останнє із класичних "чудес світу", пов'язане з ім'ям Александра Македонського. Александрия, заснована в 332 р. до Р.Хр., розкинулася в дельті Нілу, на місці давньоєгипетського містечка Ракотіс; одне з перших міст епохи еллінізму, споруджених за єдиним планом. В Александрії зберігався саркофаг Александра Великого, також був музейон - місце перебування муз, центр мистецтв і науки. Його вважали і академією наук, і гуртожитком для вчених, і технічним центром, і школою, і найбільшою у світі бібліотекою. Пристрасний книжник та марнославна людина, цар Птолемей II страждав від того, що в бібліотеці не було деяких унікальних рукописів грецьких драматургів. Він направив посольство до Афін, щоб афіняни позичили сувої на деякий час, аби їх скопіювати. Гонорові Афіни заправили за це величезну заставу - 15 талантів, що становило на вагу півтони срібла. Птолемей прийняв виклик. Срібло доставили афінянам і їм довелося виконувати договір. Але Птолемей не вибачив такої недовіри: він залишив заставу афінянам, а рукописи - собі.

Гавань Александрії, одна з найбільших у Середземномор'ї, - на той час не була зручною. Ніл замулював територію, тому на мілководді серед каменів та мілини потрібні були вправні лоцмани. Щоб мореплавання було безпечним, вирішили збудувати маяк на острові Фарос, на підході до Александра. В 285 р. до Р.Хр. острів з'єднали із материком дамбою, й архітектор Сострат Книдський розпочав спорудження, яке тривало п'ять років, адже Александрія була передовим технічним центром і найбагатшим містом. Будівельники могли користуватися величезним флотом, каменярнями та досягненнями музейонських академіків. Маяк звели у вигляді триповерхової вежі висотою 120 м (перший та найнебезпечніший "суперник" єгипетським пірамідам). Його основою був квадрат зі стороною 30 м. Перший поверх (висота 60 м) спорудили з кам'яних плит, він підтримував восьмигранну башту, облицьовану білим мармуром. На третьому поверсі, в круглій обнесеній колонами вежі, постійно горіло багаття, полум'я якого відображалося складною системою дзеркал, його було видно на відстані понад 100 км. Дрова для вогнища доставляли наверх спіральними сходами (настільки широкі, що ними

на 100-метрову висоту виїжджали віслюки з возами). Цей маяк був і фортецею-форпостом Александрії, і пунктом спостереження, оскільки з його верхівки спостерігали за флотом ворогів, який наближався до міста. На башті розміщувалися технічні пристрої: флюгери, годинники, астрономічні прилади та ін. Сострат Книдський, щоб його не забули, порушив указ Птолемея: на підставі маяка написав: "Сострат, син Декстифона з Книду, присвятив богам-рятівникам заради мореплавців". Напис він прикрив шаром штукатурки, на якій вирізав ім'я Птолемея Сотера. Сострат не сподівався дожити доти, коли зруйнується та відпаде штукатурка, та й не цікаво йому було побачити вираз обличчя правителя, який би дізнався про такий вчинок. Але в майбутньому всі знатимуть, хто насправді збудував маяк.

Напис Состратa бачили римські мандрівники. Тоді маяк ще функціонував. Однак із занепадом Риму він перестав світити, від старості впала верхня вежа, але тривалий час ще стояли стіни нижнього поверху - аж до землетрусу XIV ст. Залишки "дива" вбудували в стіни турецької фортеці, у такому стані вони перебувають і нині. Реконструкції Александрійського маяка подібні до нью-йоркського хмарочоса Емпайр Стейтс Білдінг.

Отже, розглянувши логістичні функції класичних "чудес світу", ми переконалися, що всі вони безпосередньо, або опосередковано пов'язані з транспортною, складською, митною діяльністю, яку активно здійснювали стародавні держави світу в античні часи. Таким чином, логістика, як один із найсучасніших науково-практичних і бізнесових напрямів, має надзвичайно тісні зв'язки з транспортною, торгівельно-складською та митною діяльністю, що була не тільки суспільно необхідною та досить розвинутою, сприяла формуванню потужних господарських, адміністративних і транспортних осередків, але й часто впливала на їх розвиток або призводила до занепаду.

30.2. Логістичне оцінювання сучасних "чудес світу"

Якщо класичні "чудеса світу" відображали в основному найвидатніші здобутки та пам'ятки еллінської (давньогрецької) цивілізації та культури, були географічно зосереджені в регіоні Східного Середземномор'я та Близького Сходу (охарактеризувавши їх, ми з'ясували наявність і значущість транспортно-логістичного чинника для кожного з них), то нові сім "чудес світу" значно різноманітніші як за часом їх створення (III ст. до Р.Хр. до 1931 р.), так і за частинами світу, де вони розміщені

(Європа, Азія, Америка). Але всі вони без винятку пов'язані з транспортно-логістичною діяльністю та інфраструктурою (див. табл. 25.1). Це твердження стосується і пам'яток, що репрезентують екзотичні та надзвичайно самобутні давні цивілізації Америки (наприклад, держави індіанців інків та майя), які, власне, розвивалися без використання колеса та тяглового транспорту, але, незважаючи на це, створили розгалужену мережу брукованих доріг. Важливість транспортно-логістичного фактора для створення та функціонування "дива світу" можна простежити на прикладі скельного міста Петра (сучасна Йорданія), яке розвивалось і отримувало казкові багатства тільки за рахунок використання транспортно-складської та митної функцій протягом багатьох століть на перехресті караванних шляхів. Коли римляни за часів правління імператора Траяна побудували дорогу в обхід Петри (знаменита Траянова дорога або Королівський тракт), то вона поступово збідніла та занепала, що в результаті призвело до знелюднення та перетворення на "місто мертвих" на 500 років.

Колізей

Досконала організація потоків глядачів, морські битви - навмахії; золоті колісниці над входом для імператора.

Давні римляни були переконані: поки існує Колізей, існує й Рим, поки існує Рим, існує світ. Колізей збудували у 72- 80 рр. для боїв гладіаторів, циркових видовищ тощо. Назву амфітеатр дістав від колоса, який стояв неподалік і зображував спочатку імператора Нерона, а потім бога сонця - Геліоса. Арена Колізею мала овальну еліптичну форму, осі якої становили майже 1156 і 1188 м, висота зовнішніх стін - 48 м. За виставами мали змогу спостерігати одночасно 70 тис. осіб. Ряди глядачів у римському амфітеатрі, на відміну від грецького, поділялися за соціальною ознакою. З метою захисту публіки від дощу і сонця над ареною натягували тент з полотна, що закріплювався до високих щогл. Арена мала дерев'яну підлогу, котру засипали піском. її могли опускати і піднімати; інколи її наповнювали водою за допомогою каналу від акведука, і тоді в Колізеї відбувалися морські битви зі справжніми кораблями - навмахії.

Навіть нині пам'ятка давньоримської архітектури вражає величчю і станом збереження, хоча вона неодноразово зазнавала різних пошкоджень. Будівництво Колізею почалося у 72 р. Спочатку він називався амфітеатр Флавіїв. Його спорудження

започаткував Веспасіан із роду Флавіїв, а добудував його син Тит у 80 р. Відкриття Колізею святкували 100 днів. Це був найбільший у світі амфітеатр: висота майже 50 м, три яруси, у кожному з яких по 80 арок, чотири головних входи; розрахований на 70 000 глядацьких місць. Імператор Коммодус під час вистав одягався у шкіру лева, зображуючи Геракла. Колізей у первісному вигляді функціонував до VIII ст., коли Папа Павло Ш дозволив використати племіннику камені Колізею для зведення власного палацу. Отримавши дозвіл, кардинал протягом 12 годин вивіз стільки каменів, скільки зміг.

Ззовні Колізей прикрашали бронзові щити, а в арках розмістили статуї імператорів та богів. Імператорські входи, розташовані в кожному кінці меншої осі амфітеатру, вирізнялися гігантськими портиками, увінчаними золотими колісницями із запряженими конями. Імператор мав особистий вхід до імператорського ложа, який пролягав під місцями для сидіння. Глядачі знаходили своїх місця за арками, пронумерованими 1-76. Чотири головні входи не нумерували. Найліпші місця були на подіумі або за ним, підняті на 2 м над ареною. Ці місця займали сенатори, їх робили з білого мармуру, на якому висікали імена. Широкі проходи давали змогу глядачам швидко заповнювати багатотисячні трибуни і швидко їх залишати (протягом 5-10 хв.). Це свідчить про те, що амфітеатр був унікальною спорудою за розмірами та функціональністю не тільки тоді, але й з погляду сучасних вимог щодо безпеки глядачів на великих стадіонах та сучасних логістичних вимог щодо руху глядачів. Під ареною розташовувався лабіринт приміщень для проходу гладіаторів та кліток, у яких тримали хижаків. Нині, коли арени немає, замість неї кладуть спеціальні настили для туристів, отже, можна детально роздивитися мистецьки спланований "закулісний світ" Колізею.

Тварин і гладіаторів огороджували парканом, а ближче до центру арени - огорожею. У результаті багаторічних грабувань, а також унаслідок пожеж і землетрусів, дві третини первісної споруди були зруйновані. Таким чином, сучасний Колізей - це лише тінь минулого, велична руїна. Амфітеатр вважають пам'ятником роду Флавіїв, який сучасники віднесли до "чудес світу".

Великий китайський мур

Стародавня будівельна логістика, система розподілу та доставки будматеріалів, провізії й робочої сили.

Давнє китайське прислів'я "Тільки той побував у Китаї, хто піднявся на Великий китайський мур" стало звичним для мільйонів туристів, котрі щороку відвідують цю країну. Про те, наскільки велична стародавня споруда, свідчить і той факт, що навіть із космосу, з орбіти космічного корабля, можна побачити цю цей мур неозброєним оком. Великий китайський мур (кит.- "довгий замок у десять тисяч лі") - кріпосна стіна на півночі Китаю, грандіозний пам'ятник архітектури китайської цивілізації. Перші ділянки споруджені в III-IV ст. до Р.Хр. Після об'єднання Китаю (221 р. до Р.Хр.) імператор Цінь Ші Хуанді наказав звести суцільний мур (раніше були тільки відокремлені земляні вали), щоб захистити північно-західні межі імперії Цінь від нападів степових народів. Потім цей мур неодноразово добудовували і ремонтували. Споруджено стіну зі сходу на захід від р. Шаньхайгуань, на узбережжі Ляодунської затоки, до пункту Цзяюйгуань (провінція Ганьсу). Загальна довжина всіх ліній становить 6352 км (3948 миль), висота - 6,6 м (на окремих ділянках досягає 10 м), ширина нижньої частини - майже 6,5 м, верхньої - 5,5 м. На стіні споруджені каземати для охорони і сторожові башти, а у головних гірських проходах - фортеці. Великий Мур зберігся донині, переважно у вигляді кам'яної захисної стіни династії Мін (XVII ст.).

За легендою стверджують, що душа сплячого Цінь Ші Хуанді, потрапивши на місяць, подивилася на землю. Із захмарних висот Китайська імперія видалась йому маленькою цяточкою, і стислась душа імператора, який побачив беззахисну Піднебесну. Тоді й виникла в імператора думка спорудити мур, котрий би оточував всю імперію, захищав від варварів, зробив би "єдиною сім'єю". Але насправді, ідея належить не йому: окремі частини оборонної стіни збудували ще раніше з цією самою метою правителі маленьких царств на півночі Китаю. Прагнення імператора полягало у тому, аби з'єднати ці ділянки. В 221 р. до Р.Хр. імператор Цінь Ші Хуанді наказав послати на кордон імперії 300-тисячну армію на чолі з полководцем Мен Тянем з метою зведення між земляними валами фортифікаційних укріплень із каменю та цегли, значна частина яких мала пролягати в непрохідних гірських районах. Мен Тянь спорудив 34 бази поблизу будівництва, вони мали хорошу транспортну розв'язку, дороги вели в центр країни, ними

прямували валки з будівельними матеріалами, провізією та робочою силою. Звідти все розподіляли по гарнізонним селищам, у яких жили будівельники. Реконструкцію попередніх земляних валів та зведення Муру розпочали зі спорудження башт, яких налічувалось майже 25 тис. Вони були різних величин та матеріалу, але кожна мала вигляд піраміди шириною та висотою приблизно 12 м. Відстань між ними становила "два польоти стріли", а з'єднували їх потужні мури (висотою сім метрів).

Будівництво Муру в основному завершили до 213 р. до Р.Хр. Крім 300 тис. солдатів, у спорудженні Стіни брали участь сотні тисяч мобілізованих імператором селян. "Найдовшим цвинтарем світу" називають Великий китайський мур, де поховано майже 400 тис. осіб.

Статуя Христа в Ріо-де-Жанейро

Інтермодальне транспортування з Франції до Бразилії.

Головною пам'яткою Ріо-де-Жанейро вважають статую Спасителя. Вона розташована на вершині пагорба Корковадо на висоті 704 м над рівнем моря. Висота власне статуї - 30 м, не враховуючи 7-метрового постаменту, а її вага становить 1140 т. Ідея споруди виникла в 1922 р., коли святкували 100-річчя незалежності Бразилії. У відомому тижневику повідомили про конкурс проектів на найліпший монумент - символ нації. Переможець Ектор да Силва Коста подав ідею статуї Христа з розкинутими руками, який ніби обіймає все місто. Цей жест відображав співчуття й одночасно радісну гордість. Думку да Силви суспільство підтримало ще й тому, що у зв'язку з її появою унеможливили здійснення колишнього плану спорудження на горі Панді-Асукар великого пам'ятника Христофору Колумбу. До справи приєдналася католицька церква, вона організувала збір пожертвувань у всій країні з метою забезпечення фінансування проєкту. Результатом зусиль було зведення статуї за дев'ять років. Скульптурне зображення сконструювали та виготовили в Парижі. Перед початком робіт архітектори й інженери зустрілись у цьому місті, щоб розв'язати технічні проблеми, пов'язані зі встановленням статуї на вершині пагорба. Потім французький скульптор Поль Ландовський зробив модель голови та рук, водночас інженери зайнялися розробкою її каркасу. Складність їх завдання наочно демонструють нинішні статистичні параметри: голова статуї важить 35,6 т, кисті рук - 9 т кожна, а розмах рук становить 23 м.

Виготовлену статую доставили з Парижа в порт Гавр, а звідти - в Ріо-де-Жанейро на спеціальному кораблі (логістична операція з мультимодальної доставки автомобільним і морським транспортом нестандартного вантажу вагою понад 1100т) та встановили на пагорбі Корковад. 12 жовтня 1931 р. відбулося її урочисте відкриття та перше посвячення, а раніше змонтували освітлювальний пристрій. В 1965 р. папа Павло VI повторив церемонію освячення. У цьому році була оновлена освітлювальна установка. Ще одне важливе святкування відбувалося тут у присутності папи Івана Павла II 12 жовтня 1981 р., коли відзначали 50-річчя власне статуї.

Добратися до величної статуї Спасителя туристам нині можна трамвайною лінією, побудованою ще в 1885 р. Кінцева зупинка розміщена на вершині пагорба на відстані 40 м від скульптури. Потім слід піднятися 220 сходинками до постаменту, де розташований оглядовий майданчик. У 2003 р. запустили ескалатор, яким можна піднятися до підніжжя статуї. Звідси видно пляжі Копакабана та Іпанема, що простяглися з правого боку, а зліва - гігантську чашу найбільшого в світі стадіону "Маракана" та міжнародний аеропорт. З боку моря височіє неповторний силует гори Панді-Асукар.

Місто давніх інків Мачу-Пікчу

Бруковані дороги в самому місті та на підході до нього, склади.

Місто було створене, як священний гірський притулок за сторіччя до завоювання імперії інків іспанцями, приблизно в 1440 р. і функціонувало до 1532-го, коли іспанці напали на цю територію. В той час усі його мешканці таємничо зникли. Конкістадори так і не дісталися до Мачу-Пікчу. Місто не було зруйнуване, але ми мало що знаємо про нього. Невідома ні кількість жителів, ні навіть його справжня назва.

Мачу-Пікчу (мовою інків - стара гора) розташоване у Перу на висоті від 1500 до 6240 м над рівнем моря. Його загальна площа становить 32,592 га. Вершина Мачу-Пікчу перебуває "під захистом" вищої Уайна-Пікчу (інк. - молода гора), на схилах якої також збереглися руїни стародавніх будівель. Звідси видно глибокий стрімкий каньйон річки Сонця Урубамби. Інки спорудили місто-фортецю в неприступному місці - у центрі Кордільєр, на вершині гори, оточеної високими піками й непрохідними лісами. Могутня імперія інків – досі нерозгадана таємниця Перу. Її жителі вважали себе синами Сонця, зводили храми на висоті 3500 м; за мудрістю їх порівнюють лише з тибетськими

ченцями. З погляду логістики цікаво, що не маючи колеса, залізних знарядь та тяглової худоби, імперія інків, яка за величиною могла суперничати з Римською, створила розгалужену систему брукованих доріг, що охоплювала всю територію держави інків від Тихоокеанського узбережжя до Анд. Із населених пунктів, розміщених у горах, над дорогами, здійснювалось адміністративне управління територіями, розташованими нижче, на засадах повної автономії. Одна з таких доріг, вузька, якою могла рухатися лише одна людина, та яка пролягла через прірви й урвища, вела до міста-фортеці Мачу-Пікчу. Власне перед містом потрібно було перейти підйомний міст - єдиний вхід до Мачу-Пікчу, оскільки з усіх боків місто захищали стіни висотою 5 м і товщиною 1 м. На прилеглих пагорбах стояли дозорні вежі.

Місто могло існувати незалежно від зовнішнього світу. Донині археологів вражає раціональність його планування та чіткість кам'яних конструкцій. Свої споруди мешканці зводили з необроблених кам'яних монолітів, пізніше - з обтесаних великих кам'яних блоків, вага яких становила 200 т і більше.

У Мачу-Пікчу нараховують більше 200 приміщень і окремих будівель, храмів, житлових споруд, складів, оборонних стін з кам'яних блоків, що свідчить про досконале мистецтво будівельної справи. Архітектори подбали навіть про дренажну й зрошувальну систему, до складу котрої входили безліч вузьких каналів, які впадали в широкий центральний. Водогін міста і на сьогодні діє так, як 500 років тому.

Сучасні вчені підтверджують, що всі будови мають особливі математичні й астрономічні координати, визначені інками відповідно до їх філософії й релігії. Будинки чітко розділені за функціями: соціальними, політичними, астрономічними та релігійними. Переважна більшість із них - храми, палаци, вівтарі й астрономічні обсерваторії. Це дає змогу припустити, що Мачу-Пікчу відігравало роль елітного релігійного центру, куди прибували кращі представники суспільства з усієї імперії інків. Діяльність міста пов'язують з часом правління Пачакутека, який увійшов в історію інків як великий реформатор і будівельник. Із 1350 до 1500 р. люди жили в місті періодично, а постійно населяли його лише в 1500-1530 р. Потім, ще не закінчивши спорудження, вони назавжди залишили Мачу-Пікчу. Мотиви, що спонукали мешканців поспішно покинути місто, дотепер достеменно невідомі. Теорій щодо цього багато: можливо,

виникла епідемія невиліковної хвороби або була локальна громадянська війна, або місто атакували ворожі племена, або з якої-небудь причини різко зменшилася подача питної води.

Найбільш імовірно, що населення залишило святилище, аби зберегти його існування в секреті від завойовників і неминучого руйнування. Якби завойовники - іспанські конкістадори - виявили Мачу-Пікчу, з містом зробили б те саме, що й з іншими поселеннями держави інків: храми й вівтарі зруйнували б, а на їх місці побудували католицькі церкви. Іспанці були занадто зайняті завоюваннями, щоб шукати таємниче місто. До остаточного розгрому інків у 1572 р. стежки, що ведуть від Куско до Мачу-Пікчу, повністю заросли й стали непрохідними. Отже, святилище врятували.

Наприкінці XIX - початку XX ст. район Мачу-Пікчу почали заселяти перші індіанці-фермери, котрі й знайшли скарби інків. Відомо, що місцевий фермер Августин Лиззарага в 1900 р. підпалив ліс, щоб звільнити додаткову площу для сільськогосподарських угідь. Обходячи вигорілий ліс, він виявив занедбану стежку, що привела його до Мачу-Пікчу. Августина вразило побачене, але він не взяв жодних коштовностей, боячись прогнівати богів. Проте фермер не витримав, і вже через певний час виніс скарби та потайки збув їх. Через два роки Августин показав святилище друзям. У 1911 р. про Мачу-Пікчу дізнався американський археолог Х. Бінгем, який і відкрив забуте місто інків для сучасного світу.

Мачу-Пікчу не можна розглядати як "цікаву руїну" або як чергову археологічну пам'ятку. Це, без сумніву, найсвященніше місце в усіх Андах і одночасно унікальна архітектурна споруда. Кожен, хто потрапляє сюди, усвідомлює, що входить у храм, тільки під відкритим небом. Приголомшлива панорама міста і фортеці над долиною річки Урубамби перевищує всі уявлення про справу рук людини. Нині до Мачу-Пікчу можна дістатися за декілька годин від Куско - потягом та автобусом.

Піраміда індіанців майя в Чичен-Ітца

Бруковані дороги

Чичен-Ітца - стародавнє місто майя в Мексиці, нині зона археологічного туризму, розташована на півночі півострова Юкатан, яка є однією із найвидатніших пам'яток часів індіанців майя та тольтеків. Тут розміщена велична та найзагадковіша історична будівля

Мексики - піраміда Кукулькан; також можна побачити Чака-Мооля - ідола з плоскою чашею на животі (в неї кидали серця людей, принесених у жертву), царські лазні, індіанську обсерваторію, жертвенний колодязь.

Чичен-Ітца вважався в індіанців майя священним містом. Назва у перекладі означає "місце біля колодязя племені Ітца". Місто було засноване, як вважають учені, на початку VI ст. Це одне з найбільших міст держави майя. Однак у кінці X ст. унаслідок невідомих причин життя тут практично припинилося. Будівлі, що належать до цього періоду, розташовані головним чином у південній частині сучасної території Чичен-Ітци, яку ще називають Старий Чичен. Потім місто зайняли тольтеки, котрі прийшли на Юкатан із центральної Мексики. Вони збудували північну частину міста. Однак у кінці XIV ст. місто знову і вже остаточно занепало та знелюдніло. В середині XIX ст. його відвідав відомий дослідник культури майя американець Дж. Стефенс, але тільки в 1923 р. у Чичен-Ітці почалися серйозні дослідження. Нині рештки стародавнього міста розкопані на площі 6 км кв. Чичен-Ітца - місто майя, котре найбільше відвідують туристи. Сюди можна здійснити одноденну екскурсію як з Мериди, так і з Канкуна. Для туристів тут відкрито декілька готелів.

Головною принадою Чичен-Ітци вважають піраміду Кукулькана (або в перекладі з мови майя "змія, вкритого пір'ям"). Висота піраміди становить 25 м, на її вертикальному майданчику розміщений храм. Підставою піраміди є квадрат з стороною 55,5 м. Вона має 9 рівнів. У середині кожної сторони зроблені широкі сходи, кожна з них нараховує 91 сходинку. Сходи, що проходять північним боком піраміди, знизу закінчуються двома зміїними головами - символом Кукулькана. Якщо кількість сходинок (91) помножити на кількість сходів (4) та додати платформу, на якій стоїть храм (ще одна сходинка), то отримаємо такий результат: (91 х 4) + 1 = 365 (кількість днів у році). Це дало вченим можливість зробити висновок, що в основу піраміди покладено принцип календаря, та й власне піраміда, ймовірно, мала певне астрономічне призначення. У піраміду можна потрапити лише через отвір у підлозі храму. Там знайшли скульптуру так званого червоного ягуара та своєрідну фігуру - трон, яку називають Чак-Мооль.

Піраміда Кукулькана знаходиться в центрі великого майдану. На його західному боці розташована інша відома пам'ятка Чичен-Ітца - Храм воїнів. Це теж піраміда з

основою 40 х 40 м, що має чотири рівні. Перед нею розміщений майданчик із чотирма видами колон, їх висота досягає 3 м, на більшості зображені воїни-тольтеки. Колони підтримували дах, але він не зберігся. Те саме стосується покрівлі над святилищем, розташованим на верхньому майданчику Храму воїнів. Дві стилізовані змії, виконані у вигляді колон, які символізували Кукулькана, стерегли вхід до святилища. В середину Храму воїнів можна потрапити теж лише через отвір верхнього майданчика, тут знаходиться ще один Чак-Мооль, що став своєрідним символом Чичен-Ітци. На південь від Храму розміщена так звана група тисячі колон. її формують три колонади, переважно з круглих колон, які оточують із трьох боків досить великий майданчик. З четвертого боку майданчик виходить до невідомого будинку, котрий іспанською мовою назвали ринок (Mercado). Західна колонада, початок якої становлять колони перед Храмом воїнів, простягається на південь на 125 м при ширині 11м. Інша колонада, розташована біля південного боку Храму воїнів, називається північною і також має довжину 125 м. Вона нараховує 156 колон, розміщених у 10 рядів, при цьому ширина колонади - 20 м.

З погляду логістики цікаво, що всі священні об'єкти Чичен-Ітца з'єднують бруковані кам'яні дороги. Наприклад, від піраміди Кукулькана на північ веде пряма брукована дорога шириною 10 м. Вона має довжину 300 м і приводить до так званого Священного сеноту - круглого басейну діаметром 60 м та глибиною 50 м (вода нині перебуває на 20 м нижче від краю цього "колодязя"). У нього жреці майя кидали молодих дівчат, яких приносили в жертву богам. Тому це місце ще називають Колодязь смерті. В Чичен-Ітці знайдено ще один колодязь - сенот Штолок, розташований на південь від піраміди Кукулькана. Він менший, ніж священний синот, його використовували тільки, як джерело питної води. Про те, що в Чичен-Ітці було поширене принесення людських жертв, свідчать також кам'яні платформи, розміщені біля піраміди Кукулькана і споруджені власне з цією метою. Це так звана Платформа Венери та Платформа ягуарів й орлів. Перша отримала назву від планети Венери, якій поклонялися тольтеки, а друга - за рельєфними зображеннями на стінах (якщо придивитися, можна побачити, що ягуари та орли з'їдають людські серця). Ще одне зловісне місце - Цомпантлі або Храм черепів - Т-видна платформа, що знаходиться біля Платформи ягуарів та орлів, але значно більша за величиною. Оскільки стіни платформи покривають рельєфні

зображення черепів, то вона дістала й відповідну назву. Слід зауважити, що приносити людей у жертву в Чичен-Ітці почали із приходом тольтеків, у північній частині міста відображається їх міцний вплив. На захід від Цомпантлі розташований майданчик для гри в м'яч. Загалом у Чичен-Ітці нараховують вісім таких майданчиків, однак зазначений вище є найбільшим, причому в усій державі майя. Його довжина становить - 168 м, ширина - 70 м, при цьому розміри власне ігрового поля - 83 х 30 м, а висота стін - понад 8 м. У східній стіні майданчика розміщений Храм ягуара, в якому є два святилища - верхнє та нижнє. Перше знаходилось на вершині муру, що оточував майданчик, та виходив до ігрового поля. Мабуть, звідси знатні люди спостерігали за грою. Вхід до нижнього святилища розташований із зовнішнього боку, біля виходу стоїть стилізована фігура ягуара, з якою й пов'язана назва цієї споруди. В північній частині майданчика розміщений Храм бородатої людини, про що свідчить відповідний рельєф усередині будівлі (більше про неї нічого невідомо).

Рухаючись бруківкою на південний захід від піраміди Кукулькана, можна потрапити до невеликої піраміди (висота 10 м), яку називають Малою пірамідою або Могилою верховного жреця. Така назва пов'язана з тим, що на верхньому майданчику піраміди знайдено сім надгробків, що свідчить про поховання відомих людей міста. На південь від піраміди знаходиться так званий Червоний дім, котрий отримав назву завдяки червоній фарбі, якою пофарбований його фасад. Це типова споруда стародавніх майя, її дах прикрашений характерними зображеннями носатого бога дощу Чака. На південний схід від Червоного дому розміщена одна із найдавніших пам'яток Чичен-Ітци - Караколь (у перекладі з іспанської - раковина слимака). Ця велична будівля має вигляд башти, розташованої на подвійній платформі. Вважають, що башту Караколя використовували майя з метою астрономічних спостережень, тому її часто називають обсерваторією. На південь від Караколю знаходиться потужна будівля, що має підставу розміром 70 х 35 м та піднімається над землею на 20 м. Призначення її невідоме, хоча вона нагадує палац. Однак іспанці чомусь назвали її Жіночий монастир. Широкі сходи з північного боку високої платформи дають змогу піднятися наверх, де власне і є будинок палацу, стіни якого прикрашені рельєфними візерунками та масками бога Чака. Зі східного боку до будинку палацу майже впритул стоїть так звана Іглесія (з іспанської - церква) - споруда,

що в дійсності не мала з церквою нічого спільного (іспанці назвали її так за аналогією з монастирем), також прикрашена рельєфами та масками бога Чака.

Мавзолей Тадж Махал

Використання слонів для транспортування будівельних матеріалів.

Мавзолей збудував султан Шах-Джахан із династії Великих моголів над гробницею своєї коханої дружини Мумтаз Махал. Створенню мавзолею передувала трагічна історія кохання султана та його дружини. Шах-Джахан ще в 15-річному віці зустрів і покохав Арджуманд Бану, дочку головного міністра. Але батько хлопця з політичних міркувань призначив у дружини своєму спадкоємцеві іншу. Однак за законами ісламу чоловікові дозволялося мати декілька дружин і в 1612 р. Арджуманд Бану в 19-річному віці вийшла заміж за принца Кхуррама, якого потім обрали падишахом Шах-Джаханом, і отримала ім'я Мумтаз Махал. У 1629 р. Шах-Джахан вирушив із військом із Агри на південь, щоб призупинити повстання намісника бунтівного Декана. У поході Мумтаз Махал, яка постійно супроводжувала чоловіка, померла під час народження 14 дитини. Повернувшись до Агру, Шах-Джахан присягнув збудувати для покійної дружини усипальницю.

З метою спорудження п'ятикупольної будівлі мавзолею, що тривало майже 20 років (приблизно з 1630 до 1652 р.), запросили найліпших архітекторів з Індії та інших країн Сходу. Загалом до зведення Тадж Махалу було залучено близько 20 тисяч робітників з різних країн. Безпосередню участь у проектуванні усипальниці брав і сам Шах-Джахан. По його смерті Шах-Джахана поховали в одному склепі з Мумтаз Махал. Архітектура Тадж Махала урочиста й велична, в ній втілено найліпші ознаки середньовічної архітектури Ірану та Центральної Азії разом із монументальним мистецтвом стародавньої Індії. Висота Мавзолею разом з куполом становить майже 95 м. Фасади декоровані пологими стрільчастими арками та прикрашені портал-айванами. По кутах споруди піднімаються чотири мінарети. На ділянці землі навколо мавзолею Шах-Джахан наказав посадити розкішний сад, у якому ростуть кипариси - символи вічності. Перед будівлею по центру усипальні розташована водойма з мармуру. Більшість дослідників вважають, що Тадж Махал споруджено з матеріалів, які привозили з Індії та Азії: білий мармур доставляли із Раджастану за 300 км, яшму з Пенджабу, нефрит і

гірський кришталь із Китаю; бірюзу завозили з Тибету, лазур - з Афганістану, сапфіри - з Шрі-Ланки, сердолік - з Аравії. Понад 1000 слонів використовували для транспортування будівельних матеріалів.

Скельний комплекс Петра

Транспортно-складський і митний осередок за античних часів.

Хто такі набатійці та звідки вони прийшли на землю сучасної Йорданії? Історики не можуть точно відповісти на це запитання. Відомо лише, що саме вони збудували стародавнє та загадкове місто Петра в скелях, загублене в пісках місто-привид, про яке протягом століть ходили легенди. Його майже випадково знайшли на початку XIX ст. Перекази про загублене серед скель і пісків давнє набатійське місто тривожили європейських учених та мандрівників ще з часів хрестоносців. Ці землі в середні віки контролювали бедуїнські племена, тому їх недоступність ще більше цікавила дослідників. Віддалюючись у часі, Петра все більше набувала ознак близькосхідного Ельдорадо до тих пір, поки випадково її виявив швейцарський вчений Й.Л. Буркхард. Сподіваючись знайти втрачепе місто, він відправився разом із караваном із Дамаска до Каїра. В кінці серпня 1812 р. Буркхард опинився недалеко від місця розташування Петри. Оскільки вчений вільно розмовляв арабською, був одягнений як кочівник і взагалі видавав себе за мусульманина, йому не важко було попросити місцевих арабів відвести його на могилу брата Мойсея, пророка Аарона, похованого, за переказами, на вершині однієї з гір. На здивування Буркхарда бедуїн повів його в гори. Здалеку вони здавалися нездоланними, але підходячи до них, в одній зі скель виявився вузький прохід у глибоку ущелину. Після 20-хвилинного шляху дном звивистого каньйону швейцарець побачив величні руїни мертвого міста, в яких він упізнав Петру - втрачену столицю набатійців. Від цього відкриття його охопили такі емоції, що він мало не видав себе. Але справу було зроблено: Буркхард був першим європейцем за останні 600 років, який побачив це "диво світу".

Про набатійців нині відомо небагато. Самі вони не залишили про себе жодних писемних джерел. Ми знаємо про них тільки історії, що розказували заїжджі мандрівники багато століть тому, або мізерні дані виявлені в процесі археологічних розкопок. Оскільки нині в Петрі досліджено тільки 15 % території, невідомо, які

відкриття можливі в майбутньому, хоча мало надій на те, що шляхом розкопок з'ясується походження набатійців. Одні вчені вважають їх звичайними кочівниками, котрі зупинилися у зручному місці (вигідне географічне розташування), оскільки тут проходили головні караванні маршрути, що з'єднували Європу, Азію та Африку (серед них і легендарний Великий шовковий шлях). Інші дослідники не погоджуються з такою думкою, вказуючи на знання набатійців щодо землеробства та зрошення, що не було притаманне кочовим племенам. Дехто називає їх прабатьківщиною Асирію, північ Аравійського півострова чи навіть Ємен. Теорій багато, проте складно визначити, яка з них правильна. Точно відомо, що першим володарем Набатійського царства був Арета I, котрий зайняв престол у 169 р. до Р.Хр. Зрозуміло, що історія "держави в скелях" Петри, назва якої і означає у перекладі з грецької "скеля", почалася значно раніше. Відомо, що в 312 р. до Р.Хр. вона вже існувала. Про це йдеться у давньогрецьких джерелах, оскільки саме тоді грецьке військо на чолі з Антігоном здійснило невдалий похід на Петру. Гадають, що з цього моменту держава почала розвиватися, особливо до 106 р., коли помер останній набатійський цар Раббель II. Скориставшись такою нагодою, Римська імперія легко приєднала до себе надто багате та заможне царство - Петра стала частиною римської провінції Аравія. Ще 300 років тривало її процвітання. Але тоді ж почалося помітне затримання розвитку міста, причина якого полягала у тім, що набатійці ретельно здійснювали на торговельно-транспортних шляхах, на перехресті яких розташована Петра, функцію транспортного, торговельного та митного осередку, що регулярно збирав мито з караванів, котрі проходили через Петру. 2500 років тому в Петрі кипіло життя: кожного дня сюди прибували каравани зі спеціями, шовком, пахощами та іншими товарами. Набатійці дозволяли купцям зробити зупинку та відпочити в місті, але при цьому останні платили їм за все: їжу, будинок для ночівлі, верблюдів, право на торгівлю та складування товарів. Оскільки інших міст, таких як Петра, де б надавали подібні послуги, на караванних шляхах в цьому пустельному кутку світу, що знаходився на перехресті доріг між Перською затокою та Середземним морем, між Червоним, Мертвим, Галілейським та Середземним морями, не було, то купці щедро розраховувались за гостинність. Займаючись такою митно-логістичною діяльністю протягом багатьох століть, мешканці Петри нагромадили казкові багатства, якими

зацікавились їх сусіди, зокрема Давній Рим. Імператор Траян збудував у II ст. нову дорогу від порту Аграба на Червоному морі до нової "перлини" Близького Сходу - Пальміри (в Сірії). Траянова дорога (Королівський тракт) навмисне обминала Петру. З того часу все менше купців зупинялися в ній, каравани проходили повз, Петра збідніла, а її мешканцям залишилось лише шкодувати за втраченими величчю, могутністю, заможністю тощо. У 363 та 747 рр. унаслідок землетрусів місто остаточно зруйнувалось. За часів панування арабів і хрестових походів Петра вже була «мертвою», і лише пошуки легендарних скарбів продовжували приманювати до Петри авантюристів. На головному символі міста – Ель-Казні - залишились численні сліди від куль. Бедуїни вважали: якщо влучити в потрібне місце, то на них проллється золотий дощ. Однак цього не сталося. Ймовірно, що фантастичні набатійські скарби донині лежать серед рожевих руїн, адже ніхто ніколи не бачив, аби з міста вивозили цінності.

Не дивно, що саме Ель-Казну С. Спілберг зробив декорацією для свого фільму про пошуки Священного Граалю. Правда, у стрічці про пригоди Індіани Джонса фантастичний фасад - лише двері, за якими розміщені непередбачувані лабіринти. На жаль, це не так. Фасади всіх гробниць Петри були вирубані в скелях, тому за ними розташовувалися лише невеликі приміщення для поховання, де набатійці хоронили царів та найвпливовіших осіб. Проте важко уявити, якою майстерністю володіли архітектори, щоб точно розрахувати та висікти зі шматка суцільного каменя такі циклопічні монолітні надгробки у давньогрецькому стилі. Оскільки у місті нараховувалось багато гробниць, у XIX ст. послідовники Буркхарда навіть назвали Петру величезним некрополем. Однак така думка не зовсім правильна, адже незважаючи на велику кількість могил, за найліпших часів тут проживало до 20 тис. мешканців. Донині збереглися споруди римських часів - свідчення того, що життя в Петрі було дуже бурхливим. Це і центральна брукована вулиця, і тріумфальна арка, і колони, і решткі деяких інших будівель. Розкішний театр на 3 тис. осіб до цього переліку не належить, оскільки його звели ще раніше і, мабуть, набатійці використовували його з певною ритуальною метою. Як уже згадувалося, письмових свідоцтв не залишилося, отже, можна тільки здогадуватися, що відбувалося на сцені «театру». З цієї самої причини не варто дивуватися деяким загадковим назвам у Петрі: Храм крилатих левів, Палац дочки

фараона, Джинові брили або Казна фараона (Ель-Казна), їх вигадали набагато пізніше, коли від набатійців не залишилося й сліду. Той, хто давав подібні назви, керувався при цьому не достовірними джерелами, а власними суб'єктивними враженнями. Наприклад, бедуїни і нині свято вірять, що Петру збудували давньоєгипетські фараони. На сьогодні точно відомо, що єгиптяни тут не при чому. Це зробили набатійці. Без перебільшення можна стверджувати, що вони залишили найліпшу згадку про себе, кращу ніж будь-який літопис, - це рожеве скелясте місто, котре продували вітри, сховане ними серед неприступних гір. З погляду логістики важливо, що як розвиток, так і занепад Петри безпосередньо пов'язані з виконанням нею функції торговельно-транспортного та митного осередку на перехресті караванних маршрутів та зміною її вигідного транспортно-географічного положення внаслідок розвитку транспортно-логістичної інфраструктури Близького Сходу в перші століття після Р. Хр.

Отже, транспортні та логістичні функції відігравали важливу роль у виникненні та діяльності всіх семи нових "див світу", незважаючи на те, коли вони існували та в якій частині світу розміщувалися. Навіть у найбільш самобутніх цивілізаціях Америки, в яких не знали колеса, функціонувала розгалужена система брукованих доріг та складів, наприклад, місто давніх інків Мачу-Пікчу (Перу) та священне місто індіанців майя Чичен-Ітца з його пірамідами (Мексика). Велике значення транспортно-логістичний чинник відіграв у розквіті та занепаді скельного міста Петри. Розглянувши приклад Колізею в Римі ми з'ясували, як можна було організувати пересування потоків глядачів 2 тис. років тому, щоб за потреби декілька десятків тисяч людей могли залишити багатоповерхову споруду протягом короткого часу (5-10 хвилин). Таким чином, ознайомившись із транспортно-логістичними аспектами нових "див світу", було отримано не тільки цікаву туристичну інформацію, а й корисний та повчальний матеріал про розвиток логістики туризму, як новітнього науково-практичного напрямку.

30.3. Логістична оцінка туристичних "чудес" України

Туристичні чудеса України значно молодші, ніж класичні, але багато з них не поступаються за віком «новим дивам» світу. Об'єднує їх як із класичними, так і з новими "чудесами світу" те, що наявність і значущість логістичного чинника є очевидною, але, на жаль, ще недостатньо розкритою в їхніх характеристиках. Пояснюється це тим, що

укладачів списку туристичних "чудес" цікавила насамперед історично-культурна цінність, хоча логістичні аспекти можна знайти в описах усіх семи туристичних "чудес" України.

Національний історико-архітектурний заповідник "Кам'янець"

Давньоримський міст, транспортно-митний осередок середньовіччя.

Кам'янець-Подільський - місто, що зберегло дух середніх віків. У ньому можна побачити одну з найбільших оборонних споруд України, фортецю, що займає унікальне місце у європейській історії оборонного зодчества та середньовічної воєнної логістики. У літописі вказано, що кам'яну фортецю збудували литовські князі Коріатовичі, які правили у 60-90-х рр. XIV ст. Скелястий берег р. Смотрич, живописний краєвид, величезні вежі з таємничими латинськими написами, розгалужена система брукованих доріг як у місті, так і на в'їздах до нього з боку польської та руської брам, унікальний Замковий міст, головні в'їзні ворота в місто, нині привертають увагу сотень тисяч українських та іноземних туристів.

Історичний центр Кам'янця - Старе місто, що функціонує, як унікальний середньовічний міський комплекс (його площа становить 121 га), відокремлений від інших районів міста глибоким каньйоном р. Смотрич. Архітектура старого міста-заповідника зберегла зразки будівельної культури різних народів (українців, поляків, литовців, вірмен, турків, євреїв) та релігій (православної, католицької, іудейської, мусульманської), а саме: турецький мінарет XVII ст.; турецький і вірменський бастіони XVII ст.; Миколаївська (вірменська) церква XIV ст. з дзвіницею; дерев'яна Хрестовоздвиженська церква XVIII ст.; монастирські комплекси XV-XVIII ст. орденів домініканів, францисканців, тринітаріїв та римсько-католицький Петропавлівський кафедральний собор (впритул до якого знаходиться мінарет). Однією з унікальних інженерних споруд заповідника є Замковий міст, що з'єднує місто та замковий комплекс. Навколо питання про його виникнення виникали суперечки стосовно походження. За однією з гіпотез, міст звели римляни у II ст. під час походу Траянового війська на Гетто-Дакію. Отже, вже тоді Кам'янець відігравав роль важливого оборонного, транспортного, торговельного осередку на перехресті стародавніх торговельно-транспортних шляхів.

Завдяки унікальному поєднанню містобудівної, архітектурної, історичної спадщини Старого міста з ландшафтом каньйону р. Смотрич, "Культурний ландшафт каньйону" визначено кандидатом до списку світової культурної спадщини ЮНЕСКО. Донині збереглася система потерн (ходів) і казематів фортеці. На Денну вежу може піднятися кожен бажаючий і насолодитися подільським краєвидом. Невід'ємною частиною Старого міста, його перлиною, є Стара фортеця (у складі Старого та Нового замків), яка стала візитною карткою Кам'янця-Подільського, його символом та туристичним брендом.

Історія заснування фортеці починається в XII ст. Кам'яні скелі наче продовжують башти фортеці. 11 башт входять до складу споруди, кожна має свою назву й історію. Наприклад, найвищу башту називають Папською, оскільки її збудували на кошти, виділені папою римським Юлієм II у 1505 р., про що свідчить герб римської родини Делла Ровере, з якої походив папа. Інша її назва -Кармелюкова, бо в ній тричі був ув'язнений Устим Кармелюк, народний месник. У Чорній (Кутовій) башті розміщена криниця глибиною 40 м і діаметром 5 м, видовбана у скелі, на сьогодні збереглося величезне дерев'яне колесо з пристроєм для підняття води на поверхню, а на зовнішній стіні цієї башти є вмонтоване, як прикраса, кам’яне ядро.

Національний заповідник "Хортиця"

Транспортно митний осередок, корабельня, козацькі склади та скарби під водою.

Хортиця відігравала важливу стратегічну роль на дніпровському річковому шляху "із варягів у греки". Замикаючи дніпровські пороги, острів контролював переправи, броди та навколишні суходільні шляхи. Тут зупинялися для перепочинку військові загони після подолання порогів та торговельні флотилії Давньокиївської держави, котрі спускалися Дніпром до Чорного або Середземного морів. Хортиця також була опорним пунктом Давньокиївської держави під час боротьби із кочівниками, наприклад, відомо, що тут загинув давньокиївський князь Святослав. За часів середньовіччя Хортиця стала одним із головних осередків формування і діяльності українського козацтва, була його центром у вигляді Запорізької Січі. У національній свідомості українців образ Хортиці залишився, як уособлення Козацької держави та українського козацтва.

З метою увічнення пам'ятних місць, пов'язаних з історією запорозького козацтва, Рада міністрів УРСР постановою від 18 вересня 1965 р. № 991 оголосила територію острова Велика Хортиця в м. Запоріжжі Державним історико-культурним заповідником. На території заповідника Постановою Ради міністрів УРСР від 28 жовтня 1974 р. № 500 для збереження в природному стані унікальних пам'яток геології, рідкісних видів рослин утворено геологічний заказник "Дніпровські пороги", загальна площа якого становить 1383 га. За Постановою Кабінету Міністрів України від 6 квітня 1993 р. № 254 "Про Національний заповідник Хортиця" він був віднесений до сфери управління Міністерства культури і туризму України. Нині управління заповідником здійснює Державна служба з питань національної культурної спадщини.

До складу заповідника входять території острова Хортиця та прилеглих до нього островів і скель Байди, Дубового, Розтьобіна, Три Стоги, Середня, Близнюки, урочища Вирви на правому березі Дніпра в м. Запоріжжі. Загальна площа території заповідника - майже 2386 га. Острів Хортиця є комплексною історико-культурною та природною пам'яткою, на території якої нараховується близько 70 пам'яток історії та археології: це багатошарова пам'ятка на о. Байди (доба неоліту - XVIII ст.), давньослов'янське поселення "Протовче" (XП-XIV ст.), Совутинське городище за часів скіфів (V-III ст. до н. е.), поселення сабатинівської культури (XIV-XII ст. до н. е.), військові укріплення козацьких часів та московсько-турецької війни 1735-1739 рр. На території заповідника збереглася низка пам'яток доби українського козацтва: рештки земляних укріплень замку Д. Вишневецького (середина XVI ст.) та Запорозької верфі (корабельні), спорудженої у 1739 р. на місці замку Д. Вишневецького на острові Мала Хортиця, рештки укріплень Хортицького ретраншменту на острові Хортиця та правому березі Дніпра, зведеного під час московсько-турецької війни 1735-1739 рр., місця розташування козацьких зимівників.

Унікальна особливість заповідника полягає в тому, що на острові представлені всі тополандшафтні зони України - від степу до гір. В ярах, урочищах, плавнях острова ростуть 1052 види вищих рослин, з яких 657 дикорості аборигени, 11 з яких занесено до Червоної Книги України, 41 вид - релікти та ендеміки. До складу заповідника входить Музей історії козацтва. Загальний музейний фонд заповідника становить 634 тис.

одиниць зберігання. Програмою відтворення видатних пам'яток історії та культури України, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 23 квітня 1999 р. № 700, передбачено будівництво історико-культурного комплексу "Запорозька Січ", що являтиме собою комплекс споруд, присвячених історії запорозького козацтва XVI-XVIII ст. З метою подальшого розвитку заповідника та на виконання Указу Президента України від 29 квітня 2005 р. № 732 "Про невідкладні заходи щодо розвитку Національного заповідника "Хортиця" розроблено концепцію Державної програми розвитку Національного заповідника "Хортиця", яка схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2005 р. № 373.

З погляду логістики істотно, що за часів козацтва (XVI- XVIII ст.) острів Хортиця став місцем створення козацького осередку - Запорозької Січі, що виконувала важливі транспортні та торговельно-митні функції на Дніпровському водному шляху (стародавній маршрут "Із варягів у греки"). Отже, козаки контролювали процес торгівлі та товарні потоки не лише в України, а й у Польщі, Литві, оскільки саме Дніпро з притоками з'єднував країни Північної та Західної Європи з Кримом та Туреччиною. Остання була не тільки військовим союзником або ворогом запорізького козацтва (залежало від конкретної історичної ситуації), але й найбільшим торговельним партнером. Наприклад, за договором 1649р. козаки отримали дозвіл султана на вільне плавання Чорним морем з усіма його портами. Вони також дістали привілей стосовно вільної співпраці з турецькими купцями, створення в портах своїх складів з товарами, а також їх звільнили на 100 років (!) від сплати мита та податків Османській імперії. Подібними пільгами в Україні користувалися турецькі купці, а Запорозьке військо в Стамбулі мало власного торговельного представника, котрий захищав інтереси українських купців.

Щодо транспортних засобів, то широко відомі козацькі човни - чайки, на яких запорозькі козаки доходили і до Стамбулу. На острові Хортиця знайдено рештки козацької корабельні, де споруджували великі човни. Цікаво, що при цьому немає жодної згадки про мапи, якими користувалися козаки, а без відповідних морських карт перетнути Чорне море і дістатися до Стамбулу досить складно й нині, але є згадки про астролябії, якими повинен був вміти користуватися козацький ватажок (капітан). Із

логістикою пов'язана і головна легенда Хортиці - Запорозька Січ та склади запорізьких козаків. Січ виникла у 1552-1557 рр., коли Д. Вишневецький заснував перше укріплене містечко на Хортиці. Пізніше козацькі поселення поширилися на південній частині острова та правому березі Дніпра. В 1557-1578 рр. на Хортиці сформував свій табір козацький ватажок Я. Шах, звідки він здійснював набіги на турків і татар. Нові укріплення збудував у 1617 р. Л. Конашевич-Сагайдачний, ще в кінці XIX ст. у західній частині острова можна було побачити рештки валів, куренів та церкви. Поступово у володіння Січі перейшли, крім Хортиці, навколишні невеликі острови на Дніпрі та частина земель, розташованих по обидва боки річки, включаючи Велику Луку - величезну територію степу біля сучасного Запоріжжя, прилеглу до Дніпра. Про те, що в Запорозькій Січі нагромаджувалися значні скарби, переважно здобич, відібрана в турків та татар, є багато свідчень. Одну частину захопленого спрямовували на формування "Військової скарбниці" - казни Запорозького війська, а іншу розподіляли серед козацького товариства. Французький військовий інженер, який перебував на польській службі, Г. де Боплан жив в Україні з 1630 до 1640 р. Він зазначав, що "кожен козак має на островах свій таємний куточок". Повертаючись із перемогою над турками, "вони ділять здобич у скарбниці й отримане ховають під водою, винятком є речі, що можуть зіпсуватись від неї". Боплан згадував: "козаки під водою тримають не тільки гармати, відібрані в турків, але й гроші, які беруть за потреби". Якщо козак повертався з чергового походу, він забирав сховане, а якщо гинув у бою, то скарб залишався у воді або землі.

Запорозьку Січ ліквідували за указом Катерини II в 1775 р., а козаків насильно переселили на Кубань. Під час розгрому Січі в багатьох козаків була думка: "коли помре "Потьомка" (князь Потьомкін-Таврійський), вони повернуться назад". Тому, залишаючи Січ, багато запорожців "нічого не брали з собою, а ховали добро - хто в землю, хто в скелю, а інші - в Дніпро. Тоді ж, за переказами, на Хортиці або її околицях сховали "військову скарбницю" запорожців. У кінці XIX ст. жили свідки, котрі пам'ятали від батьків та дідів прикмети запорозьких кладів. Розповідали, що в урочищі Сагайдачному, мабуть під камінням, закопано надто багато козацьких грошей. Також кажуть, що на Стрілецькому острові незадовго до ліквідації Січі були закопані гроші - золото, срібло, а також зброя. Через декілька десятиліть після знищення Січі на Хортиці з'явилися

«діди», які нібито знали про скарб. Гадають, що то були козаки, котрі сховали своє майно або знали про коштовності. З їх появою збільшилась зацікавленість до хортицьких скарбів, легенди про які ходили серед новопоселенців земель Запорозької Січі. В 1789 р. на острові заснували колонію німців-менонітів, а спустілі запорозькі землі почали заселяти селяни. І знову поширилися численні легенди серед нових жителів про таємничі запорозькі скарби.

Археологічні дослідження Хортиці здійснюють донині. Вивчають також дно Дніпра в околицях острова. У 1995 р. під час підводних археологічних робіт біля острова Кандеровського знайшли шаблю XVI - початку XVII ст., виготовлену на Кавказі або в Ірані, а також 17 човнів та два великих кораблі. Однак більша частина Хортиці на сьогодні залишається недослідженою. За переказами, особливо багато запорізьких скарбів розміщено на Великій Луці, одна з річок якої, що впадала в Дніпро, так і називалася - Скарбна. Є думка, що біля її гирла схована вся запорозька казна, але археологи там знайшли тільки дві затоплені чайки. Є легенди, пов'язані зі старовинними запорозькими похованнями. Одне з них знаходиться в селі Капулівка на річці Чертомлик і належить І. Сірку, який після смерті Б. Хмельницького протягом 20 років був кошовим отаманом запорожців (помер у 1680 р.). Саме він писав відому "Відповідь турецькому султанові". Похоронили його "знаменито" 2 серпня, со многою арматною и мушкетною стрельбою и с великою от всего низового войска жалостью".

З могилою кошового отамана пов'язана «історія про сідло отамана Сірка». Селянин Прусенко, мешканець Капулівки, копав яму для стовпа і знайшов скелет коня, на якому було напівзгниле сідло,- прикрашене блискучими "гайками". Набивши ними кишеню, Прусенко пішов у Нікополь до знайомого шинкаря. Той одразу зрозумів, що це золото, і попросив селянина почекати, доки він перевірить у знайомого ювеліра всі "гайки" щодо їх "шляхетності". Тим часом дозволив замінити його в шинку. Прусенко хазяйнував тут тиждень, усе випив, що було, а коли прийшов до тями, пішов шукати шинкаря, але так і не знайшов. Останній зник разом із золотом (декілька років потому його нібито бачили в Одесі). Тільки тоді Прусенко зрозумів, який скарб він знайшов. Удома він залишив дві "гайки", потім показав їх управляючому в сусідньому селі. "Це ж найчистіше золото", -

сказав той. - Я можу тобі дати за них пару найкращих волів". "Ех" - досадно хекнув чоловік і почесав потилицю.

Національний дендрологічний парк Софіївка (м. Умань Черкаської обл.)

Історична та сучасна транспортно-туристична інфраструктура, доставка дерев екзотичних порід з усього світу.

Національний дендрологічний парк "Софіївка" - одне з найвидатніших творінь європейського садово-паркового мистецтва кінця XVIII - першої половини XIX ст. Парк розташований на площі 154,7 га на околиці старовинного міста Умань. Це місто обласного підпорядкування, районний центр Черкаської області. Розміщене на Придніпровській височині над річкою Уманкою (басейн Південного Бугу). Поруч з містом проходить автошлях М05 (Київ - Одеса), що в Україні збігається з міжнародним автошляхом Е95 (Санкт-Петербург - Одеса). Населення - близько 100 тис. осіб. Відстань від Києва до Умані - 212 км, від обласного центру (Черкас) до Умані - 194 км. Умань була важливим козацьким полковим містом та фортецею. У 1760 р. отримала Магдебурзьке право. Під час Коліївщини прославилася повстаннями під проводом М. Залізняка та І. Ґонти. На початку XIX ст. місто перетворилося на центр іудейського релігійного руху - хасидизму. Під час Другої світової війни Умань окупували нацисти, тут влаштували концтабір "Уманська яма". Після війни Умань стає райцентром, нині популярна, насамперед, унікальним парком «Софіївка».

Заснував парк у 1796 р. заможний польський магнат С. Потоцький на честь своєї дружини красуні-гречанки Софії. Він подарував його коханій у День її ангела у травні 1802 р. Ідея створення парку в романтичному стилі з використанням римської та грецької міфологій належала, власне, Софії. Відвідавши парк можна побачити дивовижні краєвиди, екзотичні рослини, античні скульптури, водойми, каскади, фонтани, камінні гроти. Цей шедевр вражає відвідувачів красою вже понад 200 років. Туристичний сезон в Умані триває протягом року. Потік відвідувачів не зменшується і влітку, і взимку. Старовинними алеями парку гуляли Т. Шевченко, І. Котляревський, В. Сосюра, М. Рильський. У парку багато цікавого, зокрема, варто звернути увагу на:

- Павільйон Флори - невід'ємну частину в композиційному оформленні усього парку, виглядає велично і водночас вишукано, граціозно, завдяки точним архітектурним

формам, високим колонам у доричному стилі й ажурному барельєфу на фризі, що зображає листя і грона винограду;

- Фонтан "Змія" - посеред дзеркальної поверхні нижнього ставу із пащі змії, що звивається на камені, з висоти 12-16 м біжить вода. Вона надходить до фонтана самопливним підземним водогоном, викладеним із гранітного тесаного каменю вздовж дороги, прокладеної від академії та оранжереї до павільйону Флори;

- Великий водоспад. Можна годинами милуватися яскравими переливами води, що спадає майже з 15-метрової висоти. Важко повірити, що це - творіння людських рук. Вода до водоспаду потрапляє через підземну річку Ахеронт із Верхнього ставу;

- Грот Тантала. Надійність споруди перевірила сама природа: у 1838, 1976, 1986 рр., коли в Умані були землетруси значної сили, грот залишився неушкодженим. Ця будівля надійна і не становить жодної небезпеки для відвідувачів. Так само увагу привертають величезні гранітні брили, що оточують грот Тантала і незвичайною формою подібні до фігури слона чи нагадують шапку російських князів, що швидше відповідає міфу про камінь Сізіфа;

- Темпейську долину з її романтичною історією. Ця долина багата символікою, яка має навіювати відвідувачам почуття журби та роздумів. Тут розповідають про деякі епізоди з біографії графа Потоцького, за допомогою яких висвітляють історію виникнення парку;

- Грот Каліпсо, який, як вважають, створила сама природа. Вхід до нього розділений на дві половини гранітною, грубої форми, підпорою, що ніби підтримує його і надає природного вигляду. В правому кутку розміщений невеликий водоспад, звук від котрого, очевидно, і був причиною, щоб назвати грот Левовим або Громовим;

- Острів Анти-Цирцеї, або острів Кохання; виник у перший період будівництва парку в розширеній частині Верхнього ставу (Чаруючого моря). На острів спочатку добиралися за допомогою порома чи човна, а в 1853 р. між північним берегом і островом спорудили пішохідний дерев'яний місток на кам'яних опорах;

- Підземну річку Ахеронт, її довжина під землею становить 211 м, ширина – 3 і висота - 3 м; глибина води в каналі досягає 1 м. Протягом усього підземного каналу встановлено 4 люки, за допомогою яких частково забезпечується освітлення, а також

здійснюється аерація. При цьому вражає геніальність інженерного розрахунку в поєднанні вибору відстані під час влаштування люків і вигинів каналу, що передбачає абсолютний брак протягу і вберігає відвідувачів від застуди навіть у спеку;

- Старий дуб віком майже 400 років, німий свідок багатьох подій, що відбувалися у цих місцях. За народними переказами, саме під деревом збиралися на наради з козаками легендарні українські ватажки Максим Залізняк та Іван Гонта.

Варто звернути увагу також на різноманітні статуї античних богів та давньогрецьких філософів, альтанки, скульптури. До туристичних цікавинок музею належать: катання на човні підземною рікою Ахеронт; катання на катамаранах і човнах Верхнім ставом, навколо острова Кохання; катання на конях, у кареті; у зимовий період - катання на санях, запряжених кіньми; здійснення весільних обрядів.

Отже, з позиції логістики парк "Софіївка" в Умані цікавий, насамперед, історичною та сучасною транспортно-туристичною інфраструктурою, а також його деревами та рослинами екзотичних порід, привезеними з усього світу.

Києво-Печерська Лавра

Логістика монастирського господарства.

На схилах правого берега Дніпра розташована Успенська Києво-Печерська лавра. Лавра почала своє існування у 1051 р. за князювання Я. Мудрого і служіння митрополита Іларіона. За Божим велінням, даним духівникові преподобного Антонія ігумену Есфігменського монастиря Феоктисту на Афонській Горі, і благословенням власне преподобного Антонія, створили обитель, яка стала джерелом благодатної молитви. До неї почали приходити за благословенням і духовними порадами городяни. Часто відвідував печерний монастир князь Ізяслав, син Я.Мудрого, і київська знать. їхнім коштом було споруджено наземний храм і келії, коли печери були тісні для ченців, кількість яких збільшувалась. Відбулося це близько 1062 р. Того року Антоній поставив першим ігуменом преподобного Варлаама, а сам пішов у віддалену печеру, де перебував 40 років.

Важливою подією в житті Києво-Печерського монастиря стало закладення і будівництво храму Успіння Божої Матері. Церкву споруджували 15 років грецькі архітектори й іконописці, освятив її в 1089 р. митрополит Іван. У розписах церкви брав

участь преподобний Аліпій, якого вважають родоначальником вітчизняного іконописного мистецтва, що відрізняється від грецького. В 1091 р. у храмі розмістили мощі преподобного Феодосія. Антонія поховали в Ближніх печерах згідно з його заповітом. Ченці Києво-Печерської обителі, насамперед самітники, вирізнялися моральністю й подвижництвом. Це викликало в освічених і знатних осіб інтерес до Лаври. Монастир став своєрідною академією православних ієрархів.

З діяльністю Києво-Печерського монастиря пов'язане літописання. Першим відомим літописцем був преподобний Никон, ігумен Печерського монастиря. Автором Печерського літопису вважають Нестора Літописеця, який близько 1113 р. закінчив "Повість временних літ". У першій чверті XIII ст. у монастирі написали "Києво-Печерський патерик", основу якого становили розповіді інока Полікарпа, а також послання єпископа Симона. Печерський монастир був настільки популярним, що часто давньоруські князі приходили у Лавру й залишалися жити в ній, причому дехто з них уславився, як подвижник. Наприклад, 1439 р. прийняв чернецтво з ім'ям Феодосій відомий полководець князь Федір Острозький, який передав обителі свої багатства.

Із 1786 р. київські й галицькі митрополити були водночас настоятелями (священноархімандритами) Печерської лаври. Першою особою після настоятеля в монастирі вважали намісника, як правило, ієромона або ігумена, пізніше - архімандрита. Справами монастиря займався Духовний собор на чолі з намісником. До його складу входили керівники лаврських відомств. За духовними посадами після намісника наступним був скарбничий. У його віданні були книги приходу й витрат усіх лаврських відомств. Начальник рахункового стола звіряв прибуткові й витратні статті, складав щомісячні та річні відомості. Благочинний відповідав за порядок, наглядав за поведінкою ченців, послушників, розпоряджався вартою. Еклезіарх керував усіма церквами на території монастиря, різницями, начинням, відповідав за виготовлення і продаж свічок, дзвоновим благовістом і церковною сторожею. Келар завідував трапезною, проскурнею та їстівними припасами. Його помічник - "ключар погрібний". Ті, хто наглядав за Дальніми й Ближніми печерами, очолювали братії печер і відповідали за порядок у них і печерних церквах. Лікарняний начальник піклувався про хворих і старих ченців. Економ внутрішній розпоряджався усім майном усередині Лаври; економ

зовнішній - угіддями монастиря та господарством за межами Києва. Типограф керував друкарнею. Бібліотекар завідував лаврською бібліотекою.

У ХУП-ХІХ ст. Києво-Печерська лавра стала найбільшим церковним власником в Україні: "їй належали 3 міста, 7 містечок, майже 200 сіл та хуторів, понад 160 винокурень і вітряків, близько 200 шинків, 2 кінних заводи". Також монастиреві підпорядкувались багато невеликих монастирів і так звані пустелі (зокрема, Китаєвська, Микільська та інші під Києвом) з їх угіддями та кріпаками. Свого часу Лавра відіграла важливу роль у розвитку давньоруської культури, була центром літописання. Тут перекладали на церковнослов'янську мову та переписували твори іноземних авторів; працювали відомі літописці Нестор (автор "Повісті временних літ"), Сильвестр. Києво-Печерська лавра здійснювала широке будівництво ще з XI ст. (Успенський собор, Троїцька надбрамна церква). Наприкінці XII ст. навколо монастиря звели оборонні стіни (в 1240 р. їх зруйнували орда Батия). У 1698-1701 рр. паралельно до них спорудили нові фортечні стіни з баштами (коштом гетьмана І.Мазепи). В 1731- 44 рр. побудували Велику дзвіницю, висота якої становить 96,52 м.

Активна господарська та будівельна діяльність Лаври обов'язково передбачала виконання транспортно-логістичних функцій. До напрямів "логістики" монастирського господарювання належали фінансова та складська, виробнича та збутова, інформаційна (бібліотека, типографія) й освітня "логістика", управління запасами, транспортування різноманітних вантажів.

Наприклад, при Печерському монастирі діяв будинок для прочан і лікарня, на спорудження яких Лавра витратила понад 100 тис. карбованців. Свята обитель щороку приймала на утримання майже 80 тис. паломників. Багато з них не тільки безкоштовно жили в готелі монастиря, а й харчувалися за його кошт. Лавра спрямовувала значні кошти на розвиток освіти: мала власну початкову школу, духовне училище, асигнувала кошти на навчання бідних учнів Київської єпархії та навіть встановила п'ять стипендій у духовно-навчальних закладах Києва. 1860 р. у Лаврі відкрили двокласне народне училище для дітей штатних служителів і жителів Києва, яке потім перейменували на лаврську двокласну церковнопарафіяльну школу. У 1914 р. у ній навчалося близько 130-140 дітей. У Лаврі створили унікальний некрополь. На території святої обителі, в

церквах і печерах похоронені: перший Київський митрополит Михаїл, князь Федір Острозький, Єлисей Плетенецький, святий Петро Могила, Інокентій Гізель та десятки інших видатних діячів.

Величезної шкоди архітектурним та історичним цінностям монастиря було завдано в роки Другої світової війни. В листопаді 1941 р. підірвали Успенський собор. Донині точно не встановлено, чи це зробили гітлерівці, чи радянське підпілля. Наприкінці 50-х років посилився тиск партійно-політичної системи і заповідник перетворився на джерело атеїстичної пропаганди. У цей час за вказівкою партійних органів засипали старовинні колодязі Антонія і Феодосія, які виконували дренажну функцію. У 1961 р., за волюнтаристським рішенням, діючий монастир, котрий поновив свою діяльність на території Нижньої лаври у 1941 р., закрили, його мешканців вигнали. У наступні двадцять років Ближні печери (їх включили у Список всесвітньої спадщини ЮНЕСКО) перетворили на популярний туристичний об'єкт для українських та іноземних відвідувачів. Якщо на початку XX ст., щоб відвідати печери, слід було попередньо одержати дозвіл у Михайлівському монастирі, то протягом 1960-1980 рр. у них був щоденний, неконтрольований надмірний туристопотік. Це негативно вплинуло на мікроклімат печер (температуру повітря, вологість, вміст С02), що поряд з іншими факторами спричинило обвал частини Ближніх печер у 2005-2006 рр.

У червні 1988 р. із нагоди святкування 1000-літнього ювілею хрещення Київської Русі, згідно з постановою Ради Міністрів УРСР, новоствореній печерській громаді передали територію Дальніх печер з усіма наземними будівлями й печерами; у 1990 р. передано територію Ближніх печер. Нині розглядається питання про передачу території Києво-Печерської лаври, з Ближніми та Дальніми печерами до Православної церкви України.

Софія Київська

Ранньосередньовічна будівельна та інформаційна " логістика", мультимодальна доставка саркофага.

Софійський собор - всесвітньо відома пам'ятка архітектури і монументального живопису XI ст. Про заснування Софії згадують у літописах 1017 і 1037 рр. Літописці вважають, що Святу Софії збудував великий київський князь Ярослав Мудрий. Джерела свідчать, що Ярослав завершив роботу свого батька Володимира - хрестителя Русі.

Присвячений Премудрості Божій, собор, за задумом творців, мав утверджувати на Русі християнство. Протягом століть Софія Київська була головною святинею Русі-України - "митрополією руською". Собор, як основний храм держави, відігравав роль духовного, політичного та культурного центру. Під склепінням Святої Софії відбувалися урочисті "посадження" на великокняжий престол, церковні збори, прийоми послів, затвердження політичних угод. При соборі займалися літописанням, створили перші відомі на Русі бібліотеку та школу. На честь спорудження Ярославом у 1037 р. софійської бібліотеки перед входом до собору в 1969-му встановили пам'ятний знак (скульптор І. Кавалерідзе).

Отже, логістичний аспект Софійського собору як визначної історичної пам'ятки полягає як у ранньосередньовічній інформаційній "логістиці" (оскільки він був головним потужним інформаційно-культурним центром Київської Русі, який мав як міжнародні інформаційні зв'язки, насамперед, із Візантією та її столицею Константинополем, так і розгалужену мережу внутрішніх інформаційних потоків, що охоплювала територію давньоруської держави загалом і зв'язувала Київ з Новгородом, Черніговом, Суздалем, Новгородом-Сіверським, Галичем тощо), так і в будівельній. Остання відрізнялася тим, що практично всі будівельні матеріали, потрібні для зведення та оздоблення собору, виготовляли на місці, в Києві. Це стосується як плінфи (обпаленої цегли), з якої спорудили стіни величної будівлі XI ст. (плінфу виробляли в майстернях безпосередньо біля місця зведення пам'ятки), так і смальти (шматочки кольорового скла), з якої виготовлена мозаїчна фігура Оранти-матері Божої, котра молиться, на внутрішньому склепінні головного купола собору (смальту продукували в майстернях Києво-Печерської лаври, звідки її доставляли на будівництво Софійського собору звивистою дорогою, що вела від Печерських пагорбів через чагарники Хрещатицького яру до Верхнього міста). Можливо, користувалися ще одним маршрутом - водним - Дніпром від Печерська до Подолу, а звідти - Боричевим узвозом (нині Андріївський) та Володимирською вулицею до місця спорудження. Майже всі будівельні матеріали, необхідні для зведення собору, виготовляли в Києві, і лише білий, мармуровий, оздоблений екзотичним рослинним орнаментом саркофаг, в якому поховано Ярослава Мудрого, за всіма ознаками створили в Херсонесі, що належав Візантії, а звідти водним шляхом (морем і Дніпром) його доставили в Київ. Отже, і тут не обійшлося без

мультимодального транспортування нестандартного вантажу державного значення, яке й було розроблене й успішно виконане давньокиївськими "логістами".

Свята Софія - свідок й безпосередній учасник життя нинішньої столиці протягом багатьох сторіч. Вона витримала випробування орд степових кочовиків у 1240 р., періоди занепаду й відродження міста у XIV-XVI ст., національно-визвольну боротьбу українського народу під керівництвом Богдана Хмельницького проти польсько-литовських феодалів у XVII ст. Великих збитків було завдано музею під час Великої Вітчизняної війни. Хоча власне Софійський собор не зруйнували, однак пограбували архіви музею, вивезли цінні фрески XII ст. з Михайлівського Золотоверхого монастиря. Лише після війни їх повернули музею в пошкодженому вигляді.

Хотинська фортеця

Транспортно-митні функції, історичний будинок митниці.

Розташований на важливих транспортних магістралях, Хотин завжди привертав увагу завойовників. З метою захисту від них спорудили фортецю, котра вистояла протягом століть, коли нападали на неї полчища воїнів Османської імперії, коли під її мурами були повстанці Мухи, народні месники Дитинки, вояків Дмитра Вишневецького, Петра Дорошенка. Під час визвольної війни українського народу проти польської шляхти у Хотин двічі вступали війська Богдана Хмельницького.

Фортеця, що приваблює туристів з усього світу, - одне з найдавніших міст України, нещодавно містечко відсвяткувало 1000-річчя. На початку XI ст. київський князь Володимир Великий створив систему прикордонних фортець на заході й півдні своєї держави, у тому числі й Хотин. Назва міста, ймовірно, походить від дієслова "хотіти": місце було завжди бажане для древніх поселенців, вони хотіли жити у цьому красивому і багатому краї (за іншими версіями, назва міста походить від слов'янського імені Хотин або від імені вождя даків Котизона). Спочатку це була невелика, збудована східними слов'янами на місці давнього поселення дерев'яна фортеця, котра захищала від численних завойовників. Поряд із нею й одночасно з нею існувало неукріплене селище. На його території археологи виявили залишки напівземляних жител із печами-кам'янками, що датуються IX-X ст., а на глибині 1,2-1,4 м знайшли культурний шар VII-VIII ст. Особливо великим населеним пунктом Хотин був у XI-XIII ст., коли входив до

складу Київської Русі. Тоді він займав територію понад 20 га. Історики обґрунтували тезу, що замок і місто Хотин походять з початку XI ст. Після монголо-татарського завоювання Русі роль Хотина, як одного з найважливіших форпостів Галицько-Волинського князівства, на південному заході ще більше зросла. Його укріплення охороняли важливу переправу на Дністрі та стримували грабіжницькі напади степових кочівників. Князь Данило Галицький, хоч і вимушений був підкоритися Золотій орді, не відмовився боротися з нею. Він посилено споруджував нові й укріплював старі фортеці. Виконуючи його волю, в Хотині в 40-50-х рр. XIII ст. замість дерев'яних звели кам'яні укріплення. Перша кам'яна фортеця була невеликою, розташувалася на тому самому місці, де нині розміщена північна башта, і простягалася на південь до теперішнього комендантського палацу. Протягом віків її неодноразово реконструйовували та розширювали, руйнували завойовники і знов відбудовували. Наприкінці XIV ст. Хотин увійшов до складу Молдавської держави. Воєвода Стефан III Великий значно розширив кордони фортеці. Спорудили мур шириною 5 м і висотою 40 м. У самій фортеці викопали глибокі підвали, які були приміщеннями для воїнів. Упродовж XV-XVI ст. фортецю вважали резиденцією молдавських господарів. Маючи міцну опору та вигідне розташування, Хотин став центром розвитку ремесел і торгівлі, які, в свою чергу, сприяли розквіту культури й економіки міста. Про це, зокрема, свідчить і рукописне Хотинське євангеліє XIV ст.

У місті відбувалися найбільші у Молдавському князівстві ярмарки, на які приїздили купці з різних країн Східної та Західної Європи. Хотин був важливим митним пунктом в європейсько-азіатській торгівлі. Відтоді залишився будинок старої хотинської митниці. У другій половині XVI ст. від хотинського ярмарку в молдавську казну надходила величезну сума грошей - 10 000 золотих на рік. Улітку 1538 р. під час облоги замку польськими військами на чолі з графом Яном Тарновським знищили частину стін і башт, у 1540-1544 рр. їх відбудували.

Після занепаду Молдавського князівства місто і фортецю захопили турки. Вони ще більше посилили оборону фортеці, але місцеве населення не сприйняло нових поневолювачів. Часто допомагали у цій боротьбі запорозькі козаки. Так було в 1563 р., коли козаки на чолі з Дмитром Вишневеньким (Байдою) зайняли фортецю і почали

переговори з молдавським господарем про спільний виступ проти Туреччини. Через зраду молдавських бояр загін козаків розгромили, а Д. Вишневенького стратили в Константинополі. У 1615 р. польські війська захопили Хотин. Після Цецорської війни 1620 р. між Польщею та Туреччиною, під час якої польські війська розбили, а гетьман Станіслав Жолкевський загинув, Хотин став головним форпостом оборони від турецької навали. У вересні - на початку жовтня 1621 р. біля стін фортеці відбувалась Хотинська війна, в якій прославились запорозькі козаки і їх гетьман Петро Конашевич-Сагайдачний. Перемога під Хотином врятувала Західну Європу від вторгнення яничар, сильно вразила всі народи, і потім про неї йшлося в літературі. Після Хотинського миру фортецю повернули молдавським господарям, але фактично її контролювали турки. На обох берегах Дністра, де проходив кордон між Османською імперією та Річчю Посполитою, розміщувалися одна напроти одної дві могутні фортеці - Хотинська та Кам'янець-Подільська. Протягом XVII ст. Хотином володіли і польські королі, і турецькі феодали, неодноразово місто визволяли запорозькі козаки. Під час визвольної війни у Хотині 1660-1653 рр. перебували війська Богдана Хмельницького. 11 листопада 1673 р. коронний гетьман Ян Собеський на чолі 30-тисячного польсько-литовсько-козацького війська розгромив у Хотині 40-тисячну турецьку армію. Війни з турками ще довго тривали. Тільки на початку XVIII ст. туркам вдалося остаточно закріпитися в Хотині і в фортеці. Після реконструкції 1712-1718 рр. (за допомогою французьких інженерів) місто стало наймогутнішим вузлом османської оборони на сході Європи.

Хоча в X"*Ш-XIX ст. фортеця поступово втрачала своє оборонне значення, під її мурами відбувалися битви. її кілька разів штурмували російські війська. У 1739 р. вони вступили в Хотин після перемоги над турками у битві під Ставчанами, в якій хоробро билися з ворогами українці, росіяни, грузини і молдовани. В 1769-1787 рр. росіяни знову штурмують Хотинську фортецю. Лише після російсько-турецької війни 1806-1812 рр. Хотин увійшов до складу Росії і став повітовим центром Бесарабської губернії. Відступаючи, турки майже повністю знищили Хотин, який поступово почали відбудовувати. У 1826 р. місту надали герб: у золотому полі розміщена срібна тривежева цитадель, вгорі якої срібний рівнобедрений хрестик над двома схрещеними шаблями - символами захисту краю від ворогів. На передній вежі - півмісяць на держаку, а на

держаках обох крайніх веж - застромлені бунчуки. В 1832 р. на території фортеці було збудовано нову церкву святого Олександра Невського. 1856-го уряд скасував статус Хотинської фортеці як військового об'єкта. Саме місто протягом XIX ст. розбудовували на рівнинному плато за регулярним планом. За переписом 1897 р. Хотин нараховував 18 126 мешканців. Після реформи 1860-х років тут виникли перші промислові підприємства, діяло кілька водяних млинів. На початку XX ст. функціонували три броварні, десять ґуралень, чотири тютюнові фабрики, лісопильний і цегельний заводи, дві друкарні. Місто мало дві лікарні на 45 ліжок, аптеку, два двокласні повітові училища (чоловіче і жіноче), два чоловічі однокласні училища та одне приватне. Багато лиха і страждань

жителі зазнали унаслідок Першої світової та Громадянської війн. В 1918 р. на прикордонну Хотинщину претендувало п'ять держав: Росія, Україна, Молдавська народна республіка, Австро-Угорщина і Румунія. 10 листопада 1918 р. місто захопили війська королівської Румунії: почалися репресії та терор, але мешканці не підкорилися новим окупантам. У січні 1919-го спалахнуло антирумунське повстання. Влада у понад 100 селах перейшла до рук Хотинської директорії на чолі з І.І. Волошенком-Мардар'євим. Директорія, підтримувана народом, вирішила вигнати румунів зі свого краю і повернути волю. Протягом 10 днів між учасниками повстання та королівськими військами тривали бої. 1 лютого, увірвавшись у місто, румуни здійснили розправу над населенням. Щодня окупанти вели сотні людей на руїни фортеці, звідки жоден не повернуся. Хотин протягом 22 років був повітовим центром Румунії. 6 липня 1941 р. до міста знову увірвалися загарбники - німецько-румунські війська. У перші дні окупації створили антифашистську організацію, яку очолював Кузьма Галкін, У серпні 1942 р. її розсекретили і знищили. Місто визволили 3 квітня 1944 р. Проте в післявоєнні роки Хотин, як і вся Україна, зазнав впливу тоталітарної комуністичної системи. Незалежність 1991 р. стала втіленням вікової мрії мешканців міста про власну державу.

Нині Хотин - одне з найбільших міст у Чернівецькій області, важливий промисловий, туристичний і культурний центр Буковини. У вересні 1991 р. під час святкування 370-річчя Хотинської битви відкрили монумент на честь гетьмана Петра Сагайдачного (скульптор І. Гамаль). У вересні 2002 р. стародавнє місто відсвяткувало

свій 1000-літній ювілей. У фортеці знімали багато популярних художніх фільмів: "Гадюка", "Захар Беркут", "Балада про доблесного лицаря Айвенго", "Три мушкетери", "Чорна стріла", "Стара фортеця", "Стріли Робін Гуда". Серед нових - екранізація кіностудією ім. О. Довженка твору українського письменника ІО. Мушкетика "Яса".

Зважаючи на історичні традиції міста, в 2000 р. за постановою Кабінету Міністрів України створили історико-архітектурний заповідник "Хотинська фортеця".

Херсонес Таврійський

Порт, склади, "Віа Мілітаріс".

Це надзвичайний історико-археологічний заповідник. Здійснюючи розкопки вже майже два століття, світові відкрили місто-державу, що за тисячі років свого існування була визначним торговельним, транспортним і політичним центром Причорномор'я. 2500 років тому біля південно-західної кримської Карантинної бухти грецькі переселенці з Гераклеї Понтійської, витіснивши корінне плем'я таврів, заснували нове місто Херсонес Таврійський. Така назва (у перекладі з гр. - півострів таврів) виправдала себе: через століття після свого заснування, місто вже займало майже всю територію Херсонеського півострова. Мешканці міста - митці, ремісники, лікарі, землевласники - створили величну й історично багату культуру, пам'ятки якої збереглися і донині. Вино, виготовлене херсонітами з нового сорту винограду, славилося на весь еллінський світ. Розташований на вигідній території, Херсонес став ласим шматком для завойовників, тому жителі постійно змушені були захищати свою територію. Кровопролитні війни з кочовими племенами негативно впливали на економіку міста і винищували його населення, тому херсоніти просили захисту в сильніших союзників, поступаючись натомість власною самостійністю й незалежністю. Так Херсонес потрапив під вплив спочатку Понтійського царства, потім - Риму, від якого залишилася фортеця Гаракс та брукована дорога "Віа Мілітаріс", споруджена за усіма традиціями римського дорожнього будівництва. Остання по прямій лінії, через гори, з'єднувала Херсонес і фортецю, її довжина становила 100 км. Рештки дороги збереглися до сьогодні.

У IV ст. н. е. християнство, що було в Херсонесі від початку свого виникнення, стало основною релігією міста. Театри, капища, олтарі та інші пам'ятки античного архітектурного мистецтва зруйнували, натомість на околицях міста з'явилися численні

монастирі, каплиці, скити, а також славнозвісне печерне місто. В V ст. місто стало форпостом Візантійської імперії й отримало нове ім'я: візантійці називали його Херсоном, слов'яни - Корсунем. Херсонес цікавий і тим, що був хоч і опосередкованим, але "учасником" хрещення Русі. На початку X ст. київський князь Володимир закохався у візантійську принцесу Анну. її батько, імператор Василь II, пообіцяв видати дочку за нього в обмін на військову послугу від Київської Русі, але потім відмовився родичатися з могутнім князем-язичником. Тоді розлючений Володимир вирішив захопити Херсонес, аби обміняти його на принцесу. Місто намагалися обороняти; руське військо подолало опір лише через дев'ять місяців облоги - знайшовся зрадник, який повідомив, де розташований міський водогін. Залишившись без води, жителі Херсонеса здалися. Василь II, звісно, не хотів втрачати такий важливий об'єкт, тому дав згоду на весілля Анни й Володимира, але лише за умови, що той прийме християнство. Київський князь охрестився і поїхав до Києва з дружиною, перед цим фактично пограбувавши місто.

У XIII ст. торгівля на Чорному морі перебувала під владою італійських купців, котрі організували на узбережжі моря свої факторії, вони становили серйозну конкуренцію Херсонесові. Торгові шляхи перемістили до Східного Криму, і економіка Херсонесу почала занепадати. У кінці XIII ст. місто спалили орди хана Ногая, а ще через 50 років територію поліса зайняли генуезці. Від Херсонеса залишилося лише невелике поселення біля порту, що обслуговувало генуезькі кораблі. У XV ст. життя у ньому остаточно зникло. Розкопки тут почали лише у 1827 р. За 180 років археологічних робіт виявили понад третину міста. Віднайдене вразило дослідників настільки, що Херсонес отримав ще одну назву - Руська Троя. До складу заповідника входять п'ять археологічних комплексів (городище Херсонеса Таврійського, некрополь Херсонеса в Карантинній бухті, фортеці Чембало та Каламіта, античні земельні наділи та садиби) та 11 пам'яток архітектури на території городища та фортеці Каламіта. З метою збереження унікальних пам'яток Херсонес занесли до списку 700 найвизначніших пам'яток світової культури ЮНЕСКО.

Отже, з наведеної вище логістичної оцінки туристичних "чудес" України зрозуміло, що різноманітні логістичні (в сучасному розумінні) функції притаманні всім семи українським "дивам". Важливими транспортно-митними осередками середньовіччя

були місто-фортеця Кам'янець-Подільський, козацький острів Хортиця, Хотинська фортеця. Пам'ятки давньоримських транспортних споруд зберігаються в заповіднику "Кам'янець" та Херсонесі Таврійському. Розвинуті "логістичні" функції монастирського господарювання були властиві Києво-Печерській лаврі. Середньовічна будівельна "логістика" простежується в Софії Київській та Києво-Печерській Лаврі. Мультимодальну доставку цінних нестандартних вантажів здійснювали для Софії Київської (саркофаг для Великого князя), дендропарку "Софіївка" в Умані (доставка дерев екзотичних порід). Можна тільки уявити, скільки зусиль та коштів потрібно було для здійснення цих "логістичних" операцій за тогочасних рівня розвитку транспортних технологій і техніки. Але, незважаючи ні на що, ці складні "логістичні" завдання успішно виконували, в результаті чого нині маємо можливість захоплюватися туристичними "чудесами" України. Отже, значущість логістичного чинника для створення та функціонування туристичних "див" України та світу була в минулому та залишається на сьогодні надзвичайно великою.

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Коли і хто сформував список семи класичних «див світу»?
2. З’ясуйте, які видатні споруди увійшли до переліку класичних «див світу».
3. Яке єдине з класичних «див світу» збереглося донині?
4. Хто автор ідеї та виконавець створення сучасного переліку «див світу»?
5. Визначте видатні будівлі, що належать до нових «див світу».
6. Який вигляд має список семи «див « України? Які пам’ятки увійшли до нього?
7. У чому полягає логістичний аспект одного з класичних «див світу» - Пірамід фараонів у Єгипті?
8. Які транспортно-логістичні функції пов’язані з храмом Артеміди в Ефесі?
9. Які транспортно-логістичні функції пов’язані зі статуєю Зевса в Олімпії?
10. Розкрийте транспортно-логістичні функції, пов’язані з Александрійським маяком.
11. Охарактеризуйте транспортно-логістичний аспект одного із сучасних «див світу» - Римського Колізею.
12. З погляду логістики оцініть місто давніх інків Мачу-Пікчу.
13. Розкрийте значущість транспортно-логістичного чинника на прикладі Скельного міста Петра.
14. Які транспортно-логістичні функції пов’язані з козацьким островом Хортиця?
15. У чому полягає транспортно-логістичний аспект Києво-Печерської лаври?
16. З’ясуйте, які транспортно-логістичні функції виконувала Хотинська фортеця.
17. З позиції логістики оцініть одне із семи «чудес» України – Херсонес Таврійський.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Смирнов І.Г. Логістика туризму: навч.посіб. К.: Знання, 2009. 444 с.
2. Олійник Я.Б., Смирнов І.Г. Міжнародна логістика: навч.посіб. К.: Обрії, 2011. 544 с.
3. Igor Smyrnov, Lyubitseva, O., Zapototskyi, S., Hryniuk, D., Stepanets, I. European Transport Corridors: Experience and Opportunities for Ukraine in Times of Danger. In: Arsenyeva, O., Romanova, T., Sukhonos, M., Biletskyi, I., Tsegelnyk, Y. (eds) Smart Technologies in Urban Engineering. STUE 2023. Lecture Notes in Networks and Systems, vol. 807. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-46874-2_35
4. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Маркетинг сталого туризму: навч.посіб. К.: Видавництво Ліра-К, 2019. 266 с.
5. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі: навч.посіб. У 2-х книгах. Кн.1. Міжнародний туристичний бізнес. К.: Ліра-К, 2022. 288 с.
6. Актуальні проблеми логістики та дистрибуції: монографія/ За ред. О.М.Сумця. К.: Студцентр, 2021. 200 с.
7. Смирнов І.Г. Логістика круїзного бізнесу: вихід із кризи, пов'язаної з пандемією коронавірусу Covid-19. Логістика. Проблеми та рішення. Міжнародний науково-практичний журнал, 2020. №3. С.24-37.
8. Смирнов І.Г. Теорія та практика географічного та логістичного забезпечення сталого розвитку урботуризму в умовах «овертуризму». Географія та туризм. Наук.журнал. К.: Альфа-ПІК, 2019. Вип.54. С.69-79.
9. Смирнов І.Г. Канадська система агрологістики: рекомендації для України. Логістика. Проблеми та рішення. Міжнародний науково-практичний журнал, 2020. №2. С.48-56.
10. Смирнов І.Г. Логістичні та географічні аспекти сталого розвитку урботуризму в умовах «овертуризму» (на прикладі Києва та Львова). Практика і перспективи розвитку індустрії туризму і гостинності в Україні: монографія / за заг.ред. д.е.н. Б.М.Мізюка. Львів: ЛТЕУ, 2020. С.41-55.
11. Смирнов І.Г. Країни Європейської Півночі у проєктах розвитку транспортно-логістичної інтеграції Європейського союзу. Логістика. Проблеми та рішення. Міжнародний науково-практичний журнал, 2020. №1. С.33-39.
12. Смирнов І.Г. Геологістичні стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах «овертуризму» (англ.мовою). Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Географія. №2/75. 2019. С.55-59.
13. Smyrnov I., Lyubitseva O. Innovative Logistics Technologies in Cruise Tourism in the Context of the Crisis Related to the Covid-19 Coronavirus Pandemic. Modern Technologies in the Development of Economy and Human Wellbeing. Katowice: Univercity of Technology, 2020. P.172-184.
14. Смирнов І.Г. Формування транспортно-логістичних кластерів у Європейському союзі. Логістика. Проблеми та рішення. Міжнародний науково-практичний журнал, 2020. №4 . С.46-56.
15. Smyrnov I., Lyubitseva O. Business – Logistical Aspects of Urbotourism Sustainable Development in Overtourism Conditions. Business Processies Management in Tourism. Collectiv monograph. Poznan: Wyzsza Szkola Pedagogiky i Administracji im.Mieszka I, 2020. S.6-17.
16. Смирнов І.Г. Логістика утилізації відходів: польський досвід. Логістика. Проблеми та рішення. Міжнародний науково-практичний журнал, 2020. №5. С.48-56.
17. Смирнов І.Г. Інновації в готельному бізнесі: логістика постачання. Логістика. Проблеми та рішення. Міжнародний науково-практичний журнал, 2020. №5. С.48-56.
18. Смирнов І.Г. Логістика товарно-матеріальних запасів та складська логістика в готельному господарстві. Логістика. Проблеми та рішення. Міжнародний науково-практичний журнал, 2021. №1. С.46-54.
19. Смирнов І.Г. Олена Степанів: внесок у розвиток туризму, географії та геологістики в Україні. Вісник КНУКіМ. Серія: Туризм. Науковий журнал. 2021. Том 4. №1. С.74-90.
20. Смирнов І.Г. Олена Степанів: перша українська жінка-офіцерка та геологістиня. Логістика. Проблеми та рішення. Міжнародний науково-практичний журнал, 2021. №4-5. С.54-66.
21. Смирнов І.Г. Від геополітичної концепції Міжмор'я до єврологістичного проєкту ЄС «Ініціатива Тримор'я»: український вимір. Географія та туризм: науковий журнал. К.: Альфа-ПІК, 2021. Вип.66. С.54-62.

Навчальне видання

І.Г.Смирнов, О.О.Любіцева

Серія «Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі»

ЛОГІСТИКА В ТУРИЗМІ

Навчальний посібник

Керівник видавничого проєкту *Віталій Зарицький*
Комп'ютерний дизайн *Олена Щербина*
Авторська редакція

Підписано до друку 01.05.2024. Формат 70х100 $^{1}/_{16}$
Папір офсетний. Друк офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Умовн.друк аркушів – 34,12. Обл.-вид. аркушів – 27,4.
Тираж 300

Видавець і виготовлювач: ТОВ «Видавництво Ліра-К»
Свідоцтво №3981, серія ДК.
03142, м.Київ, вул.В.Стуса, 22/1
тел.:(050) 462-95-48; (067) 820-84-77
Сайт: lira-k.com.ua, редакція: zv_lira@ukr.net