

Міністерство освіти і науки України  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Географічний факультет  
Кафедра економічної та соціальної географії

На правах рукопису

УДК: 911.3

**РЕКРЕАЦІЙНІ ПОСЛУГИ ДЛЯ СЕРЕДНЬОГО  
КЛАСУ УКРАЇНИ: СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНЕ  
ДОСЛІДЖЕННЯ**

Галузь знань: 10 Природничі науки

Спеціальність: 106 Географія

Освітня програма: Економічна та соціальна географія

Спеціалізація: Управління розвитком регіону

Магістерська робота  
студентки II курсу  
ОР Магістр  
Лисак Олени Радомирівни

Науковий керівник:  
кандидат географічних наук, доцент  
Провотар Наталія Іванівна

Київ - 2020

**ЗМІСТ**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>Розділ 1. НАУКОВІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКРЕАЦІЇ ДЛЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ.....</b>	<b>5</b>
1.1. Сутність рекреації як виду людської діяльності.....	5
1.2. Поняття середнього класу в контексті проведення дозвілля.....	12
1.3. Методика дослідження рекреації для середнього класу.....	18
<b>Розділ 2. АНАЛІЗ СПОЖИВАННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>20</b>
2.1. Особливості формування та сучасний портрет представників середнього класу в Україні.....	20
2.2. Рекреація для середнього класу в Україні.....	28
2.3. Рекреаційні вподобання середнього класу за межами України.....	34
<b>Розділ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЇ ДЛЯ SEREDNYOHOO KЛACУ В УКPAЇНІ.....</b>	<b>41</b>
3.1. Порівняльні переваги рекреації для середнього класу в Україні та Туреччині.....	41
3.2. Інвестиції як складова розвитку рекреаційних послуг для середнього класу.....	44
3.3. Перспективи розвитку рекреації для середнього класу в Україні...46	
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>48</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>53</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>55</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Рекреація або продуктивне використання людиною власного вільного часу є економічним, суспільним та науковим феноменом. Основним цільовим призначенням рекреаційної діяльності окрім прямого відпочинку, є привнесення в економіку країни фінансових ресурсів, капіталовкладень до муніципального бюджету, іноземної валюти, створення нових робочих місць. Це виступає потужним стимулом розвитку готельного господарства, ресторанного обслуговування, транспорту, народних промислів, зв'язку, рекламної справи тощо.

Слід зазначити, що поряд із трудовою діяльністю, відпочинок є невід'ємною складовою людської життєдіяльності, тому питання поєднання праці та відпочинку є досить актуальним. В цьому аспекті із відкриттям нових можливостей організації дозвілля найбільше уваги приділяється саме проблематиці відпочинку представників середнього класу.

**Об'єктом** дослідження магістерської роботи є рекреація для середнього класу України, а **предметом** – географія рекреації середнього класу України та чинників, які на це впливають.

**Мета** дослідження полягає в тому, щоб розглянути особливості рекреації для середнього класу та вподобання українців. Для її реалізації визначено такі завдання:

- розглянути сутність терміну «рекреація», як виду життєдіяльності людини;
- розкрити сутність поняття «середнього класу» з точки зору проведення дозвілля;
- охарактеризувати методичну базу дослідження рекреації для середнього класу;
- проаналізувати пропозицію рекреації для середнього класу в Україні;
- дослідити рекреаційні вподобання середнього класу поза межами України;

- порівняти переваги активного відпочинку для середнього класу у Туреччині та в Україні;
- визначити перспективи створення та розвитку рекреації для середнього класу в Україні.

Питання рекреації та туризму широко розглядаються українськими дослідниками, зокрема, О. Бейдиком, В. Величком, Л. Віковою, Т. Виноградовою, А. Дроздовою, В. Кіптенко, О. Любіцевою, О. Малиновською, О. Мотузенко, П. Масляком, В. Стафійчуком, І. Смірновим та ін. Суспільно-географічні аспекти формування та життєдіяльності середнього класу розглянуті у працях Е. Лібанової, Л. Немиць, Н. Провотар та ін.

Дослідження здійснене з використанням системного і територіального підходів, методів аналізу та синтезу, порівняльно-статистичного, порівняльно-географічного, історичного, графічного, картографічного, інтерв'ю та ін. Статистичною базою дослідження є дані Державної служби статистики України.

Магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та містить додатки.

## Розділ 1

# НАУКОВІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКРЕАЦІЇ ДЛЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ

### 1.1. Сутність рекреації як виду людської діяльності

Людська діяльність визначається як спосіб буття людини. Вона включає такі складові, як відтворювальна діяльність, розселенська (екістична) діяльність, трудова діяльність, споживальна діяльність, соціо-природна діяльність, культурна та духовно-релігійна діяльність, політична та електоральна діяльність і громадська діяльність. Складовою споживальної діяльності населення є рекреаційна.

Під *рекреацією* розуміють діяльність, спрямовану на відновлення фізичних, духовних та психічних сил людини. Рекреація здійснюється у вільний від роботи час на території постійного проживання або за її межами.

Під *рекреаційною діяльністю* розуміють процес об'єднання дій, кінцевою метою яких є отримання набору послуг та продукції, отриманих на основі використання рекреаційних ресурсів, інфраструктури, технологічних процесів та робочої сили[6, с. 18].

Рекреаційна діяльність включає такі поняття, як: вільний час, відпочинок, дозвілля, рекреація, туризм, рекреаційний потенціал, рекреаційні ресурси, територіальні рекреаційні системи [13, с.11].

Неоднозначними є підходи до розуміння терміну «вільний час». *Вільний час* – це час, який використовується для відновлення фізичних і духовних сил людини, її духовного та фізичного самовдосконалення, що не пов'язаний з професійною діяльністю та задоволенням фізіологічних, побутових чи інших життєвих потреб особи[13, с. 189].

Під вільним часом розуміють час, який не пов'язаний із виконанням людиною фізичних навантажень (потреб) чи професійних обов'язків. При цьому визначити чи фізично зрозуміти межі фізичного часу для людей різних

вікових груп чи професій, вкрай складно. У якості прикладу можна навести людину, що працює на заводі і людину творчої професії, скажімо – художника. Таким чином, розуміння вільного часу у них є різним, так як художник працює тоді, коли є натхнення, увесь інший час, для творчої людини є вільним. І навпаки, робітник, що працює на заводі, повинен працювати від початку і до кінця зміни [8, с. 228].

У середньому у людини на добу близько 25% часу є вільним. Із розвитком суспільства, науково-технічним прогресом тривалість вільного часу збільшується. Наприклад, у багатьох країнах Європи тривалість робочого тижня є меншою, ніж 40 годин. Якщо порівнювати зазначений показник із показником тривалості робочого часу у ХІХ столітті, то останній був удвічі тривалішим від сьогоденного.

Структура та тривалість вільного часу є територіально диференційованими, і, відповідно, дана характеристика робить зазначене поняття основним у рекреаційній географії.

Основний зміст поняття *відпочинку* полягає у необхідності реалізації потреб людини, як соціального організму, як біологічного виду та як істоти культурної, яка намагається використати вільний час [13, с. 12].

Потреби людини як біологічного виду полягають у виживанні, у продовженні людського роду. Загалом, вони є найелементарнішими потребами. Потреби людини як соціального організму полягають у потребах вищого порядку, зокрема, у соціальних, фізичних та інтелектуальних (саморозвиток, пізнання та удосконалення).

За відношенням до відпочинку за своїми психофізіологічними особливостями виділяють такі категорії людей:

- трудоголіки – люди, які не бажають відпочивати, вважаючи для себе це не припустимою тратою часу, тобто це люди які відпочивати психологічно не можуть і не хочуть;

- люди, які вдало поєднують інтенсивну працю із насиченим, активним відпочинком;

- люди, що постійно відпочивають та розважаються [9, с. 71].

Будь-яка із розглянутих категорій людей здатна за раціональної територіальної організації рекреаційного господарства задовольнити повністю власні потреби у рекреації.

Туризм та рекреація сприяють процесу відновлення психічних, фізичних та духовних сил людини, відновленню її духовного потенціалу у вільний час. Основною у даному процесі, зазвичай є саме відновлювальна функція рекреаційної діяльності, при цьому у різні історичні епохи структура, сутність та цінність(або аксіологія) піддавалися суттєвим змінам. Раніше, у радянську епоху, відпочинок асоціювався із «лежанням» та курортом, де відпочинок виглядав як безцільне пасивне набирання ваги. Нині відпочинок розуміють як активну рекреаційну діяльність, яка передусім суттєво зменшує захворюваність. Стосується це, у першу чергу, хвороб органів дихання, серцево-судинних та психічних хвороб.

*Відпочинок* – це стан спокою, бездіяльності або діяльності, що знімає втому та сприяє задоволенню фізичних, інтелектуальних і соціальних потреб[13, с. 179].

Найбільш ефективним видом рекреації є туризм, який тісно пов'язаний із подорожами, мандрівками, міграцією на відстань як далеко, так і близьку, здійснену для відпочинку. При цьому, поняттям більш широким та більш загальним є поняття не туризму, а поняття – рекреації.

Щоб розвиватися, як туризму, так і рекреаційній діяльності необхідно мати рекреаційні ресурси. До рекреаційних ресурсів відносять: процеси, об'єкти, явища антропогенного та природного походження, які доцільно використовувати як для рекреаційної діяльності, так і для створення туристичної інфраструктури. При всьому цьому, процеси, об'єкти, явища будуть слугувати у якості матеріальної бази для оздоровлення та відпочинку людей, зважаючи на бажання та потреби власне самих громадян.

Рекреаційний потенціал розглядають«у якості соціально-економічних, природних, культурно-історичних передумов окремої території стосовно

організації на ній рекреаційно-туристичної діяльності»[15, с. 145]. Територія знаходиться у меншій чи більшій невідповідності щодо наявного потенціалу та характером, рівнем, ефективністю використання рекреаційного потенціалу. Територіальні рекреаційні системи є визначеною просторово-територіальною єдністю туристичних та рекреаційних об'єктів у визначених територіальних межах.

Для об'єктів рекреації характерними є відкритість та складність. Рекреаційне господарство ефективно функціонує лише за умови його впорядкованості, взаємодії та взаємозв'язку різних компонентів.

У своєму арсеналі рекреаційна географія використовує такі терміни, як рекреаційне навантаження, рекреаційна територія, рекреаційна місткість, рекреаційний об'єкт (рис. 1.1). Розглянемо кожний термін окремо.

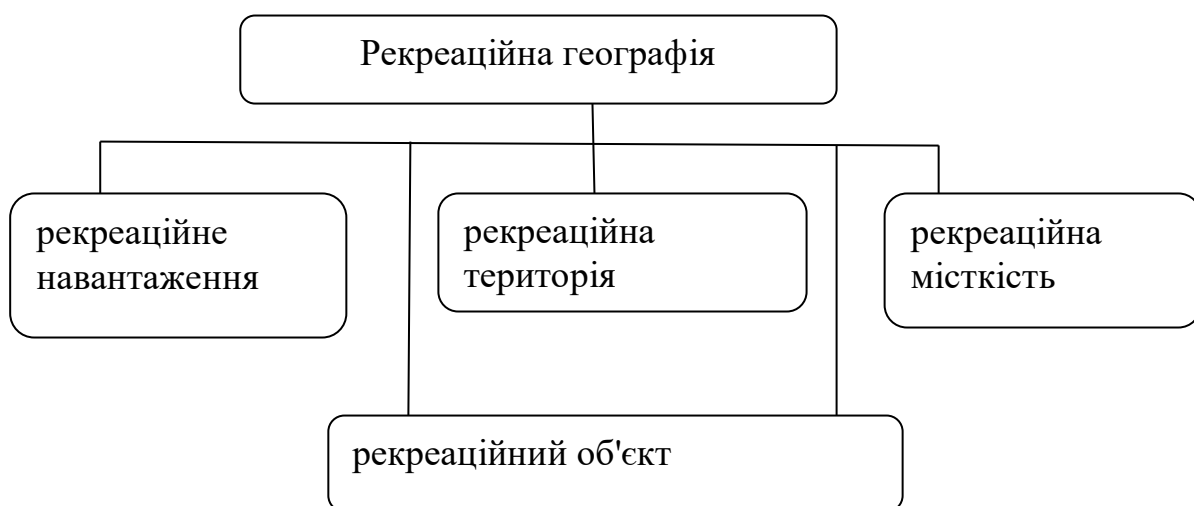


Рис.1.1. Окремі складові поняття «рекреаційна географія»

Під рекреаційною територією розуміють ділянку Землі у певних означених межах, яка має чітке окреслення, яку слід використовувати для оздоровлення та відпочинку людей, туризму, а також організації екскурсійної діяльності. Існує розподіл рекреаційних територій у відповідності до характеру їх використання:

- перша група об'єднує лісопарки, зелені зони міст, ставки, озера, річки, тобто об'єкти, які призначені саме для діяльності короткочасно-періодичної;

- друга група об'єднує рекреаційні території тривалої рекреації: приморські райони, санаторно-лікувальні комплекси, туристичні бази, гірські райони.

Під рекреаційним об'єктом розуміють локальний об'єкт (територію чи навіть окреме місце), який слід використовувати безпосередньо для відпочинку. До таких об'єктів відносить, наприклад, лісову галявину, пляж, пам'ятку природи [17, 64].

Під рекреаційною місткістю мають на увазі здатність окремої території гарантувати а забезпечувати здійснення достатньо комфортної рекреаційної діяльності без деградації історико-культурного та рекреаційного середовища.

Рекреаційне навантаження – це рівень окремого сукупного антропогенного впливу, що здійснюється на природний комплекс окремої території у процесі рекреаційної діяльності (наприклад, ущільнення ґрунту, витоптування, забруднення відходами поверхні, збіднення тваринного світу, нищення рослинного покриву).

Рекреаційна географія розглядає рекреаційну територію як єдину систему, що вміщує у собі різні, але при цьому просторово взаємопов'язані елементи, які функціонують як єдине ціле.

Основними ознаками, відповідно до яких відбувається класифікація рекреаційної діяльності є: місце проведення та тривалість [18, с.23]. За ознакою тривалості виділяють: екскурсії (рекреаційна діяльність, яка у часовому проміжку становить менше, ніж 24 години) і туризм.

З метою проведення класифікації рекреаційної діяльності застосовують і інші підходи, в основі яких лежать: характер організації; мета подорожі, тривалість та правовий статус подорожі, знаходження (перебування) рекреанта у конкретному (певному, окремо вказаному) місці; активність, вік резидента тощо.

Існують достатньо різноманітні види рекреаційної діяльності, які загалом поділяють на дві великі групи: мобільні та стаціонарні.

Відповідно до іншої класифікації, відпочинок розглядають як тривалу категорію (оздоровчий, лікувальний, пізнавальний, спортивний туризм) або як категорію короткочасну.

Зважаючи на сезонну ознаку виділяють: літній відпочинок, зимовий відпочинок та відпочинок перехідних сезонів.

Відповідно до вікових показників види відпочинку розділяються на: відпочинок дошкільнят, відпочинок дітей шкільного віку, відпочинок молоді, відпочинок людей літнього віку тощо.

Серед головних ознак, відповідно до яких здійснюється класифікація рекреаційної діяльності є її функціональна орієнтація. Перерахуємо основні рекреаційні функції:

- 1) лікувальна функція полягає у відновленні здоров'я рекреанта;
- 2) пізнавальна спрямовується на формування духовного особистісного потенціалу рекреанта;
- 3) спортивна функція має своїм спрямуванням розвиток фізичних сил особистості.

За технологією та суспільною функцією рекреаційну діяльність поділяють на: оздоровчу; лікувально-курортну; пізнавальну; спортивну.

Лікувально-курортна рекреація має свої особливості, вона розрізняється відповідно до основних лікувальних природних факторів, до яких вчені відносять: грязі, клімат та мінеральні води. За своїми умовами лікувально-курортна рекреація має суворо відповідати біологічним та медичним нормам [22, с. 13].

Спортивна та оздоровча рекреаційна діяльність є більш різноманітною, ніж лікувально-курортна. Найбільш популярним у світі є саме пляжно-купальний відпочинок. Зазначимо, що відпочинок біля води передбачає і додаткові рекреаційні заняття, до яких відносять: прогулянковий

відпочинок;промислово-прогулянковий відпочинок: огляд краєвидів, прогулянки на повітрі, збирання ягід та грибів, збирання дарів моря.

Туризм маршрутний розподіляється на оздоровчий та спортивний. Відповідно до перешкод, які були подолані рекреантом, маршрутний туризм розділяється на гірський та рівнинний. За своїми ознаками він досить тісно пов'язаний із краєзнавчим та пізнавальним туризмом. Зважаючи на способи пересування маршрутний туризм може бути моторизованим, пішохідним. Відповідно до радіусу дій: регіональний, місцевий, державний.

Достатньо великий розвиток отримав як спортивний так і прогулянковий, саме водний туризм, сполучаються вони (ці види туризму) саме пляжно-купальним туризмом.

На сьогоднішній день популяризується у світі підводний спортивний туризм (підводне полювання та фотополювання морських мешканців). Цей вид туризму включає у себе окремі елементи саме пізнавального туризму (в якості прикладу можна навести археологічний підводний туризм). Вагомим по своїй чисельності є мисливський та рибальський туризм, поширені кіно- та фотополювання, які передбачають, насамперед, відпочинок на природі, і повинні реалізувати саме пізнавальні форми туризму [21, с. 76]. Мисливський туризм є одним із найдорожчих (наприклад, сафарі).

Далі досить коротко зупинимося та розглянемо особливості пізнавальної рекреаційної діяльності. Серед пізнавальних рекреаційних занять варто виділити наступні: огляд пам'яток, що мають культурно-історичне значення; знайомство з новими місцями, визначними пам'ятками; ознайомлення із новими країнами, з новими містами, із культурою, етнографією, економікою та природою.

Як у міжнародному, так і власне у внутрішньому туризмі особливе місце належить конгресовому туризму, ярмаркам, виставкам, фестивалям, спортивним змаганням та паломництву до святих місць. Потік туристів до таких місць з кожним роком стрімко збільшується.

Таким чином, під рекреаційною діяльністю ми розуміємо процес об'єднання дій, що сприяють процесу відновлення психічних, фізичних та духовних сил людини. Основною у даному процесі є саме відновлювальна функція рекреаційної діяльності.

## **1.2. Поняття середнього класу в контексті проведення дозвілля**

В даному параграфі ми розглянемо різні підходи науковців щодо трактування сутності та змісту поняття «середній клас».

На думку більшості, що працюють у галузі туризму та соціальної географії, саме середній клас зацікавлений у побудові ринкової економіки і здатний здійснювати відповідальну, самостійну та активну діяльність. Середній клас може підтримувати соціально-пасивне населення, створювати громадські структури, що чинять протистояння не правовому втручання державних структур в економічне життя країни; сплачувати податки; робить державну діяльність прозорою, а у сфері витрат, які здійснює держава, намагається не допустити пільг, що є незаконно отриманими [14, с. 123].

Середній клас – прогресивний домінуючий елемент який створює верству населення здатну обслуговувати власне життя з точки зору права приватної власності, творчої, продуктивної та інтелектуальної праці. Обумовлене формування середнього класу стабільним економічним зростанням, підвищенням рівня життя людей, розвитком середнього та малого бізнесу, суттєвим зменшенням між багатством та прибутками населення малозабезпеченого та високозабезпеченого, відсутністю у суспільстві поляризації [14, с. 39].

Середній клас є основним податковим платником, таким собі внутрішнім інвестором, що визначає параметри саме внутрішнього ринку [22, с. 51].

Під *середнім класом* слід розуміти сукупність соціальних прошарків населення, які у стратифікаційній системі посідають місце між багатими та

бідними, володіють достатнім рівнем доходів, який цілком та повністю спроможний задовольнити рівень власних потреб, розуміють престижність у суспільстві власного становища, володіють достатньо високим кваліфікаційно-освітнім рівнем, підтримують стабільний розвиток суспільства [13, с. 239].

Виділяють такі критерії приналежності до середнього класу:

- 1) матеріальний добробут (поточні доходи, рухоме і нерухоме майно і транспорт, заощадження).
- 2) володіння засобами виробництва (капіталом) (підприємства, фірми з найманою робочою силою, товарні ферми, майно для індивідуальної трудової діяльності).
- 3) соціально-професійний статус (освіта, кваліфікація, рівень складності професійної діяльності).
- 4) політичний статус (ступінь впливу на ухвалення рішень органами державної влади різних рівнів).
- 5) потенціал соціальної мобільності (можливості висхідної/низхідної мобільності, вірогідність підвищення/погіршення соціального статусу в суспільстві).
- 6) спосіб і стиль життя, якість життя (якість поточного споживання, середовища проживання, проведення дозвілля; коло спілкування; неохильність до соціальних вибухів; манери та мовна культура; хоббі та захоплення).
- 7) соціальний престиж (в цілому, професійної діяльності і стилю життя).
- 8) самоідентифікація себе із середнім класом [13, с. 241].

О.Симончук, перераховуючи критерії віднесення до середнього класу в суспільстві, що трансформується, називає серед них задоволеність своїм соціальним становищем [22, с. 48].

А.Чепуренко зазначає, що критеріями віднесення досереднього класу можуть бути «основоположні цінності, мотивація економічної та соціальної

активності, життєві стратегії, виконання певних соціальних функцій» [25, с. 10].

Важливим питанням є проблема критеріїв віднесення до середнього класу та його ідентифікації у процесі дослідження. «Відповідь на питання про наявність середнього класу і визначення його чисельності в будь-якій країні, залежить безпосередньо від вибору стратифікаційного критерію. Інший момент – цих стратифікаційних критеріїв дуже багато» [19, с. 23]. Значною мірою різноманітність наявних підходів до визначення критеріїв середнього класу пов'язана з різноманітністю трактувань, розуміння концепту «середній клас». Як зазначає Ю. Саєнко, «середній клас – поняття передовсім соціально-сутнісне, а не розрахунково-статистичне» [20, с. 67]. Дотого ж, однією з головних проблем дослідження середнього класу як соціальної спільноти є те, що «межі її досить умовні, а цілісність, що йде від усвідомлення себе як класу, не сформована» [17, с. 7]. Ця «умовність меж середнього класу» може бути пов'язана, з тим, що, середній клас як соціальна група є «аналітичною», «штучно сконструйованою» соціальною групою. Поняття «середній клас» породжене...не лише суто пізнавальними потребами та загальним математизованим стилем мисленням епохи модерну, але й певним ідеологічним «замовленням» [7, с. 11].

Разом з тим, «аналітичний» характер виокремлення соціальної групи далеко не завжди може свідчити про те, що такої групи насправді не існує. Можна припустити, що значною мірою різноманітні соціологічні концепції середнього класу виконують «соціально-інженерну» функцію, формуючи соціальну спільноту «середній клас». У зв'язку з цим можна говорити, що середній клас, як соціальна спільнота, перебуває на стадії переходу від «аналітичного» до «емпіричного». Тобто триває процес самоусвідомлення частини суспільства як середнього класу [10, с. 259].

Таким чином, під середнім класом ми розуміємо сукупність індивідів, які володіють інтелектуально-культурним капіталом, вкладають даний капітал у суспільне виробництво, отримують за це ренту і усвідомлюють те,

що інтелектуально-культурний капітал є тим чинником, який визначає їх рівень доходів і суспільний статус. Інтелектуально-культурний капітал в нашому дослідженні – це поєднання культурного капіталу (в термінології П.Бурдьє) та інтелектуальних здібностей індивіда (інтелектуального капіталу).

Розглянемо сутність та зміст поняття «середнього класу» на прикладі країн ЄС та США.

У США масовий середній клас в його близькому до сучасного розуміння виник раніше, ніж в інших країнах. Його виникнення зазвичай датується першою половиною XIX ст. Свідченням виникнення середнього класу в цей період була єдність соціально-економічного статусу, моделей розселення, культури роботи, самоідентифікації і світогляду працівників нефізичної праці в США [2, с. 128]. До американського середнього класу того періоду можна було віднести такі професійні групи, як ремісники, дрібні буржуа, а також «білі комерці». Факторами, що сприяли формуванню класової ідентичності середнього класу у представників вище описаних груп були: зміна в структурі зайнятості, розвиток малого бізнесу, формування єдиного способу життя, поселенська концентрація середнього класу [4, с. 60].

Виникнення масового середнього класу пов'язано з переходом до постіндустріального суспільства, який привів до значного розширення верств населення, які не можна було віднести ні до бідних, ні до багатих. Зростання виробництва потребувало висококваліфікованих працівників і експертів. Внаслідок укрупнення виробництва і виникнення акціонерних товариств стала затребуваною нова категорія працівників – менеджери. Розвиток соціальної інфраструктури, систем освіти та охорони здоров'я вплинули на збільшення чисельності професійних груп вчителів і лікарів. У суспільстві з'явилася нова масова категорія населення, яку на додаток до ремісників, торговців та «дрібнобуржуазії» почали позначати терміном «середній клас» [25, с. 18].

У Європі у другій половині ХХ ст. чисельність середнього класу зростала швидкими темпами і зрівнялася з робітничим класом, а потім випередила його. З 1950-х років концепція єдиного середньокласу змінилася на концепцію «старого» і «нового» середніх класів. Критерій поділу між ними – наявність власності на засоби виробництва для «старого» середнього класу і значного людського капіталу – для «нового» [25, с. 21].

У 1980-х роках була виявлена тенденція скорочення чисельності середнього класу при швидкому зростанні верхньої і нижньої страт. Вона відображала перехід суспільства від індустріального до постіндустріального типу. Були зроблені спроби виділення його підгруп. Наприклад, М. Севедж виділив три підгрупи середнього класу, що розрізняються за типами наявних ресурсів: підприємців (що володіють економічними активами); менеджерів (адміністративними активами); професіоналів (що володіють культурними активами)[25, с. 21].

Середній клас є предметом зацікавленості не лише соціологів, але й політиків, політологів, економістів, представників інших соціальних дисциплін. Водночас відомо, що єдиної точки зору на його характеристики та навіть сам факт його існування загалом і в Україні зокрема немає. Побутує думка, що це поняття є досить умовним, оскільки об'єднує надто різні соціальні верстви, що мають дуже мало спільного [22, с. 26].

Нині в Україні виділяють підгрупи середнього класу: «нижній», «середній» і «верхній» середній клас. Вони можуть відрізнитися не тільки за об'єктивними, а й за суб'єктивними критеріями виділення. Наприклад, в цій роботі критерієм поділу послужила суб'єктивна оцінка соціально-економічного статусу респондентів.

### **1.3. Методика дослідження рекреації для середнього класу**

При вивченні рекреаційної діяльності для середнього класу використовувались ряд методів дослідження, а саме: літературний,

статистичний, візуальний (спостереження), графічний, картографічний, інтерв'ю, польових дослідженьтощо.

Літературний метод полягав у відборі й аналізі літературних джерел, щотією чи іншою мірою стосуються об'єкту вивчення – рекреаційної діяльності. Використані в роботі літературніджерела можна згрупувати так:наукові монографії; наукові статті; праці з наукових конференцій; краєзнавчі джерела.

Статистичний метод дослідження полягає у вивченні кількіснихпоказників рекреаційної діяльності і передбачає використання методу статистичної оцінки, порівняльно-географічного.

Графічний метод дослідження дав можливість побудувати ряд діаграм, які ілюструють динамічні показники розвитку рекреаційної господарства. Картографічний метод дослідження дав можливість аналізу просторових особливостей поширення рекреаційної діяльності для середнього класу, чинників, які зумовлюють його формування.

Візуальний метод полягає в узагальненні власних спостережень під часдосліджень будь-якого туристично-рекреаційного об'єкту. У процесі роботипроводилися бесіди з місцевими жителями, працівниками органів державноївлади, спеціалістами туристично-рекреаційної сфери. Цікаві і пам'ятні місця фотографувались та знімались відеокамерою.

Метод опитування за спеціально складеними запитаннями використовувався для визначення туристичної привабливості окремих об'єктів представниками середнього класу, а також для аналізу вподобань рекреантів, що звертаються за послугами до туристичних компаній.

Метод інтерв'ю було використано для з'ясування рекреаційних вподобань середнього класу за межами України.

## **Розділ 2. АНАЛІЗ СПОЖИВАННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ В УКРАЇНІ**

### **2.1. Особливості формування та сучасний портрет представників середнього класу в Україні**

Активне дозвілля, про яке йде мова як про індикатор якості життя, починається тільки за умови розширення спектру видів відпочинку за рахунок позадомашніх видів культурної, розважальної, рекреаційної, суспільної чи іншої діяльності. Відвідування кіно, театрів, музеїв, концертів, спортивних заходів, клубів, ресторанів, кафе і т. п., долучення до діяльності різних освітніх, оздоровчих, суспільно-політичних або громадянських інститутів, будь-яка інша соціальна активність поза домом вимагають помітних додаткових витрат (як матеріального, так і інтелектуального плану). Однак саме це і надає соціальному життю людей найбільшу повноту. Тому «активний» позадомашній тип дозвілля є найрізноманітнішим і соціально привабливим.

Залежно від того, проводить людина свій вільний час вдома або поза ним, чи може дозволити собі заплатити за власний відпочинок і розваги або задовольняється тим, що доступно, займається вдома нічого не роблячи («просто відпочиваю») або захоплена пошуком нової інформації, і буде залежати тип обраного нею типу дозвілля. Однак очевидно, що зміни дозвіллевих практик, що відбуваються за останні роки, проходять для різних соціальних груп з різним ступенем інтенсивності.

У зв'язку з цим цікаво дізнатися, який тип дозвілля в більшості своїй на сьогоднішній день практикує український середній клас. У даному параграфі ми використаємо результати дослідження, виконаного соціологічною службою та експертами «Центру Разумкова» в межах проекту «Середній клас в Україні: життєві цінності, готовність до асоціації і просування демократичних норм і стандартів» у 2014-2015 роках.

Експерти Центру в цьому дослідженні розглядають «середній клас» як певний нормативний конструкт, ідеологему, метафору, сформовану в повоєнній культурі західних країн і наділену соціально позитивними конотаціями; «український середній клас», «середній клас в Україні» – насамперед як реальний феномен масової суспільної свідомості, поширений і затребуваний ідентифікатор у соціальному просторі, що перебуває у процесі тривалої трансформації і суспільної стратифікації[21].

Експерти Центру виходять з того, що формування середнього класу в перехідному, трансформаційному суспільстві, яким є сьогодні українське суспільство, є особливо важливим, оскільки саме він, по-перше, є (має бути) суспільним суб'єктом запиту на демократичні цінності і стандарти, їх головним носієм і захисником. По-друге, саме середній клас складає соціальну основу громадянського суспільства, без якого побудова демократичної, правової, соціальної держави є неможливою. По-третє, саме середній клас розглядається як соціальна основа громадянської (політичної) нації, отже – суспільної єдності і стабільності[21].

В основу дослідження було покладене припущення, що група респондентів, виділена за ознаками стійкого самовизначення та рядом формальних ознак (рівень освіти, доходу, відчуття спільності інтересів, коло спілкування), відповідає також іншим характеристикам, які приписуються середньому класу. Так, середньому класу властиві: активні життєві стратегії; затребуваність у суспільстві; потреба у визнанні; розуміння основ соціальної справедливості, соціальної стратифікації і соціальної нерівності; соціальна відповідальність; прихильність до демократичних норм і цінностей, готовність до участі з метою їх просування і відстоювання[21].

Емпіричною базою дослідження є результати масового соціологічного опитування і групових інтерв'ю (фокус-груп). Соціологічне опитування методом стандартизованого інтерв'ю було проведене в період з 26 вересня по 10 жовтня 2014 року. Було опитано 10 тис. 54 респонденти віком від 18 років

у всіх регіонах України, за винятком Криму, Донецької та Луганської областей [21].

У травні-червні 2014 року було проведено дискусії в шести фокус-групах у Києві, Львові, Одесі та Харкові. До участі у фокус-групах були запрошені особи віком 30-50 років, які ідентифікують себе з середнім класом, мають вищу або середню спеціальну освіту, мають постійну роботу або власну справу та середньомісячний дохід не нижчий від 2,5 тис. грн. на кожного члена родини. Серед учасників фокус-груп були приватні підприємці, працівники як державних, так і приватних установ і підприємств, художники, юристи, перекладачі, викладачі, лікарі, інженери, військовослужбовці, працівники сфери обслуговування та торгівлі [21].

Критеріями виокремлення «середнього класу» під час масового соціологічного опитування були наступні:

- стійке самовизначення в якості представника середнього класу – яке встановлювалося шляхом одночасного застосування двох шкал самоідентифікації (тричленної: «вищий клас – середній клас – нижчий клас», та чотиричленної, з додаванням позиції «робітничий клас»), а також 10-бальної шкали тесту інтегральної самооцінки; в результаті, «стійке самовизначення» виявили 27% опитаних;
- високий рівень освіти (середньої спеціальної, незакінченої вищої, вищої);
- порівняно високий рівень добробуту за самооцінкою (оцінки «в цілому на життя вистачає, але придбання речей тривалого вжитку викликає труднощі», «живемо забезпечено, але зробити деякі покупки поки не в змозі», «можемо собі дозволити придбати практично все, що хочемо»);
- відчуття спільності інтересів з представниками середнього класу;
- домінування в найближчому соціальному оточенні представників середнього класу [21, с. 18].

За результатами опитування, до середнього класу потрапляють 14% опитаних, до його периферії – 35%. До нижчого класу віднесли себе 31% опитаних, до вищого – дещо більше 1%. У складі середнього класу були виокремлені також п'ять найчисельніших груп: фахівці (36% усього складу середнього класу), кваліфіковані робітники (15%), підприємці (11%), управлінці (10%), пенсіонери (9% складу)[21].

Ці дані не можуть сприйматися як абсолютні величини. Вони є відносними, умовними та ілюструють лише порядок соціально-класової стратифікації в Україні на момент дослідження, а також – певну подібність складу українського середнього класу і середнього класу розвинутих суспільств: більшість в обох випадках становить так званий «новий середній клас» – наймані працівники, тоді як «старий середній клас» – підприємці, перебувають у меншості[21].

Проаналізуємо економічний аспект формування середнього класу в Україні та економічні його можливості.

Розглянемо динаміку доходів та витрат населення України (табл. 2.1, рис. 2.1.).

Таблиця 2.1. Динаміка доходів та витрат населення України у 2016-2018 рр. (за даними [8])

	Доходи, млрд грн			Витрати, млн грн			Найвищий дохід у розрахунку на одну особу, тис. грн.		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Україна	2051,3	2652,1	3248,7	2038,7	2621,4	3217,2	37,1	47,2	58,4



Рис. 2.1. Динаміка доходів та витрат населення України у 2016-2018 рр.

Із рис. 2.1. та із даних таблиці 2.1. можна зробити висновок, що доходи населення України збільшуються. Пропорційно доходам збільшуються і витрати населення України. Це позитивно впливає на формування середнього класу.

Доходи та витрати населення в Україні територіально диференційовані. Розподіл доходів та видатків за регіонами України відображено у Додатку А (таблиці А.1, А.2).

На рисунку 2.2. відображено динаміку доходів на душу населення в Україні в цілому, яка є позитивною. Так наявний дохід у розрахунку на одну особу у 2016 році становив 37 тис. 080 грн., а вже у 2018 році збільшився і становив 58 тис. 442 грн. (рис. 2.2.).

В Додатку Б (таблиці Б.1 та Б.2) відображено доходи і витрати на душу населення за регіонами України у 2015-2018 році. Аналіз даних дає можливість зробити такі висновки:

- стабільно найвищі доходи та витрати характерні в Україні для жителів м. Київ, Київської, Дніпропетровської, Запорізької та Одеської областей;

- найнижчим рівнем доходів стабільно характеризуються жителі Тернопільської, Рівненської, Закарпатської, Чернівецької областей, а з 2014 року – також і Донецької та Луганської областей.

Відповідно, найчисельнішим і сформованим є середній клас Києва, Київської, Дніпропетровської, Запорізької, Одеської, а також Харківської областей.

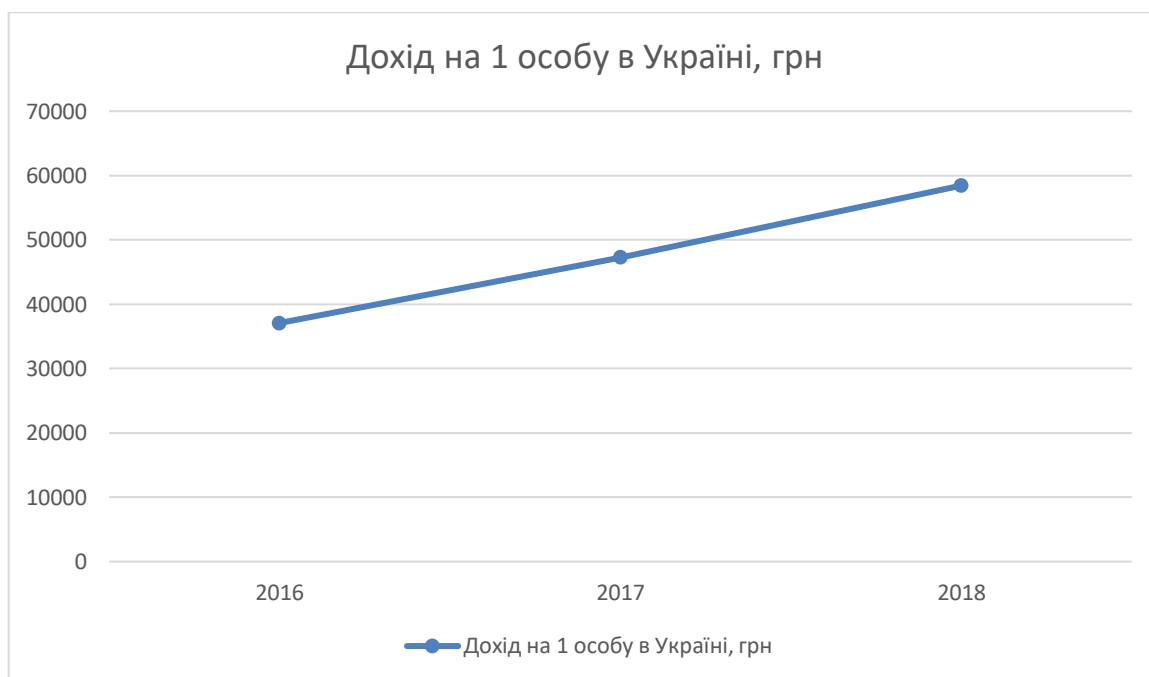


Рис. 2.2. Динаміка доходів на одну особу в Україні у 2016-2018 рр., грн

Із таблиці 2.2. та графіка на рис. 2.3. видно, що в Україні відбувається зростання витрат на одну особу. Так витрати населення у 2015 році становили 40 тис.633 грн., а у 2017 році зросли до 61 тис. 702 грн.

Таблиця 2.2. Таблиця 2.1. Динаміка витрат на душу населення в Україні у 2015-2017 рр. (за даними [8])

	Витрати в розрахунку на 1 особу в Україні, грн.		
	2015	2016	2017
Україна	40633	47776	61702



Рис. 2.3. Динаміка доходів на одну особу в Україні у 2015-2017 рр., грн

Далі ознайомимося із рівнем середньомісячної заробітної плати працівників в Україні (табл. 2.3).

Таблиця 2.3. Середньомісячна заробітна плата працівників в Україні у 2016-2019 рр. (за даними[24]), грн.

	2016	2017	2018	2019
Заробітна плата	5183	7104	8865	10497

Середньомісячна заробітна плата населення України збільшується. В основному це відбувається в тих галузях, де задіяні представники середнього класу. Це позитивно впливає на витрати населення на можливості їх рекреації в контексті вибору місця відпочинку, тривалості відпочинку, форм організації відпочинку.

Регіональні відмінності в оплаті праці в Україні представлені на рис. 2.4.

Найвищою середньомісячною заробітною платою у 2019 році була у м. Київ, Київській, Донецькій, Запорізькій та Дніпропетровській областях. Також можемо виокремити дві області, з достатньо високою заробітною платою — це Полтавська та Миколаївська. У Закарпатській, Львівській, Одеській,

Вінницькій та Харківській областях середньомісячна заробітна плата є дещо нижчою, але перевищує 9 тис. грн.



Рис. 2.4. Регіональний розподіл середньомісячної заробітної плати в Україні у 2019 році

Таким чином, найкращі фінансово-економічні умови для формування та життєдіяльності середнього класу в Україні склались у місті Києві, Київській, Дніпропетровській, Запорізькій областях, а також у Донецькій, Полтавській, Харківській, Миколаївській, Одеській, Львівській та Вінницькій.

## 2.2. Рекреація для середнього класу в Україні

Рекреація у своєму основному значенні полягає у можливості активно відпочити, зробити власне життя яскравішим, більш насиченим, тому дане явище тісно пов'язане із поняттям якості життя. Можливість відпочинку, тобто проведення відпустки та вільного часу виступає індикатором, що диференціює суспільство відповідно стандартів, та рівнів уподобань, а також, рівнем доходів. На вибір рекреації впливають наступні фактори:

- вік;
- сімейний стан;
- професійна та класова приналежність особи [14, с. 11].

Власне специфіка обрання рекреаційної діяльності впливає на обраний індивідом спосіб життя, і останній спільно із рівнем матеріального забезпечення та рівнем освіти є критерієм самоідентифікації середнього класу. Рівень матеріального добробуту середнього класу в Україні має тенденцію до збільшення, тобто представники середнього класу покращують свій добробут, стають багатшими, а це, у свою чергу розширює можливості для повноцінної рекреації.

Також вибір рекреаційної діяльності представниками середнього класу в Україні залежить від культурного рівня особистості.

На даний час існує досить багато способів урізноманітнення рекреації. Більш заощадливими є домашні форми проведення рекреації: перегляд кінофільмів, серіалів, самоосвіта на різних освітніх порталах, читання книжок тощо. Така рекреаційна діяльність вважається простою формою рекреаційної активності. Власне розглянуту рекреаційну діяльність на сьогодні практикують більшість українських громадян на території України [15, с. 123].

Більш активне спілкування передбачає перебування індивіда поза власним домом. Така рекреаційна діяльність містить більш виражений розвиваючий компонент.

Сьогодні у тих, хто прагнуть відпочивати в Україні, є багато можливостей урізноманітнити свою рекреаційну діяльність, наприклад, із точки зору сімейного дозвілля. Це стало можливим у зв'язку із рядом чинників:

- ✓ наявність легко доступного, дешевого швидкісного Інтернету та можливість переглядати в мережі фільми, серіали, документальні фільми, пізнавальні передачі тощо;

- ✓ наявність сучасних книгарень (в т. ч. книгарень-кав'ярень, де відвідувачі можуть скуштувати тістечко з кавою та почитати книгу), де можна придбати якісну літературу. У містах у книгарнях проводяться зустрічі з письменниками, обговорення та презентації книжок, поетичні читання віршів, обговорення книжок тощо.

Активну рекреаційна діяльність матиме місце у випадку, якщо рекреант віддає перевагу рекреаційній діяльності, яка полягає у відвідуванні концертів, ресторанів, театрів; включення до оздоровчих, освітніх, громадянських чи суспільно-політичних інститутів.

На рис. 2.5. відображено структуру рекреаційної діяльності різноманітних соціальних верств населення Львова.

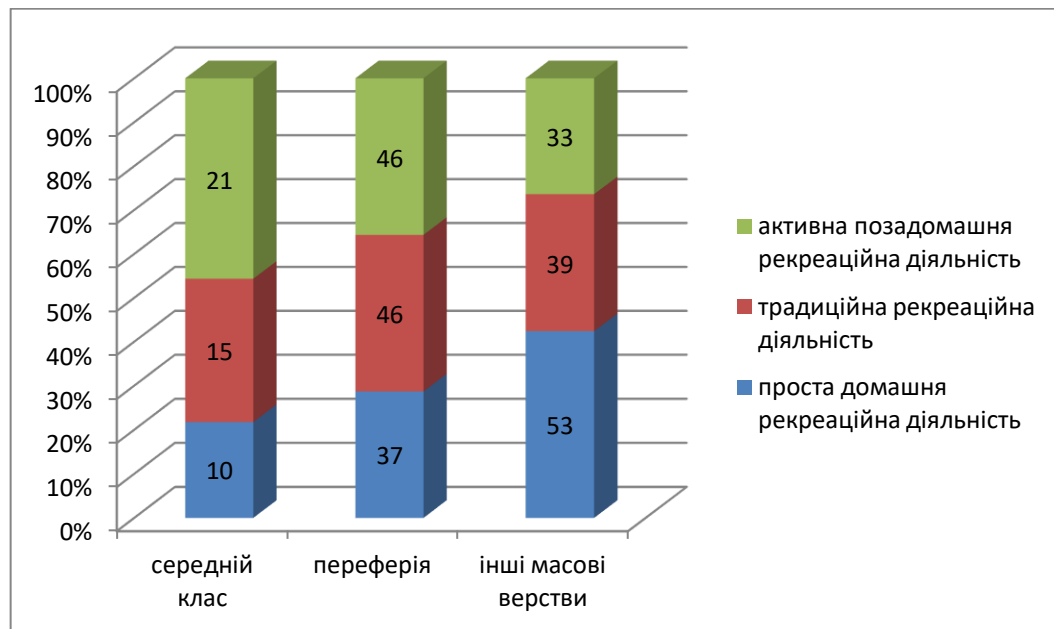


Рис. 2.5. Структура рекреаційної діяльності різноманітних соціальних верств населення міста Львів

Із рис. 2.5. ми бачимо, що рекреація поза домом частіше спостерігається саме у представників середнього класу. Громадяни, які показані на периферії середнього класу обмежуються переважно домашньою рекреацією, їх рекреаційна діяльність, як правило, полягає у поїздки на природу із друзями чи на дачу. Таким чином, ми можемо зазначити, що представники середнього класу в Україні здатні дозволити собі якісну позадомашню активну рекреаційну діяльність.

У рекреаційній діяльності можна виокремити дві домінуючі установки:

1) рекреаційна діяльність, яка спрямована на видовища, розваги, задоволення (наприклад: відвідування концертів, нічних клубів, кіно, дискотек, ресторанів);

2) самовдосконалення, політична чи громадська діяльність, культурне збагачення.

На рис. 2.6 відображена структура рекреаційної діяльності представників середнього класу Львова у динаміці у 1999-2019 рр.

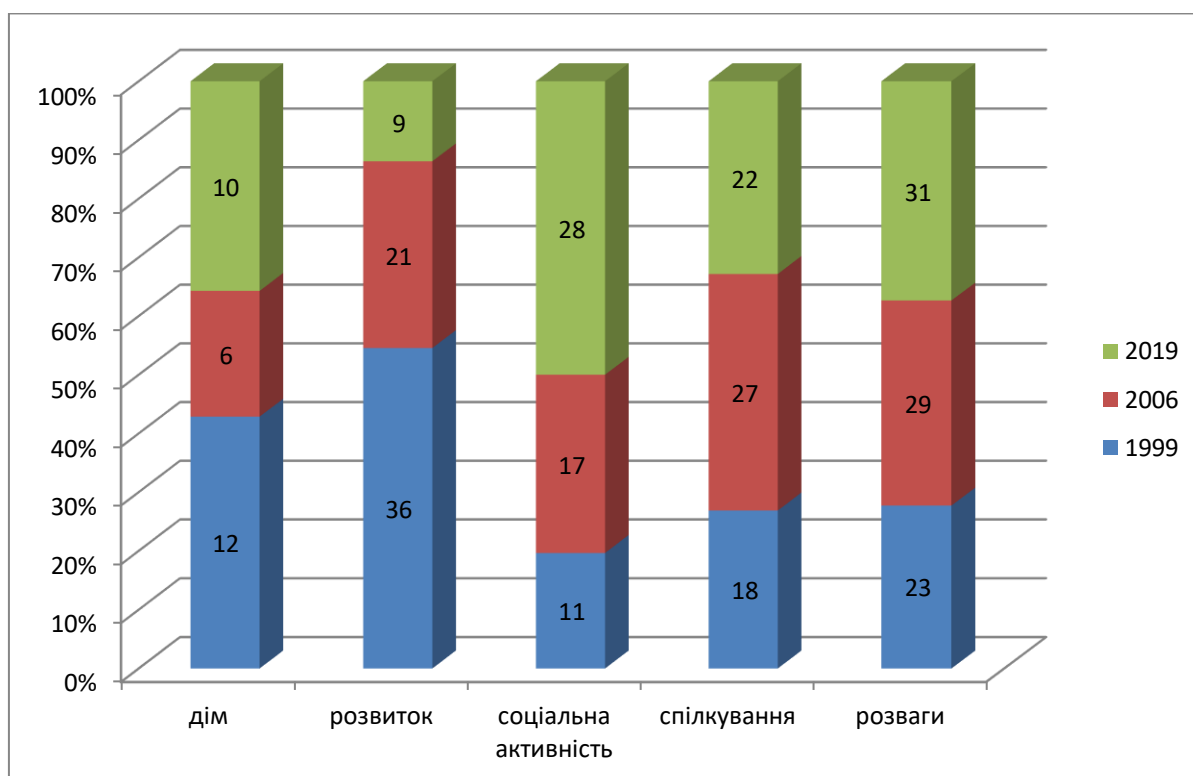


Рис. 2.6. Структура рекреаційної діяльності середнього класу Львова у 1999-2019 рр.

Із рис. 2.6. ми бачимо, що від 1999 року середній клас прагне до рекреаційної діяльності поза домом. Також помітно збільшилася частка тих, хто долучився до спортивної рекреаційної діяльності. Що стосується домашньої рекреаційної діяльності, то вона тепер стає помітно більше насиченою, має розвиваючий коригуючий вектор. Що конкретно ми маємо на увазі говорячи про коригуючий, розвиваючий вектор домашньої рекреаційної

діяльності ми пояснимо із рис. 2.7, на якому відображено практичні форми заповнення домашньої рекреаційної діяльності.

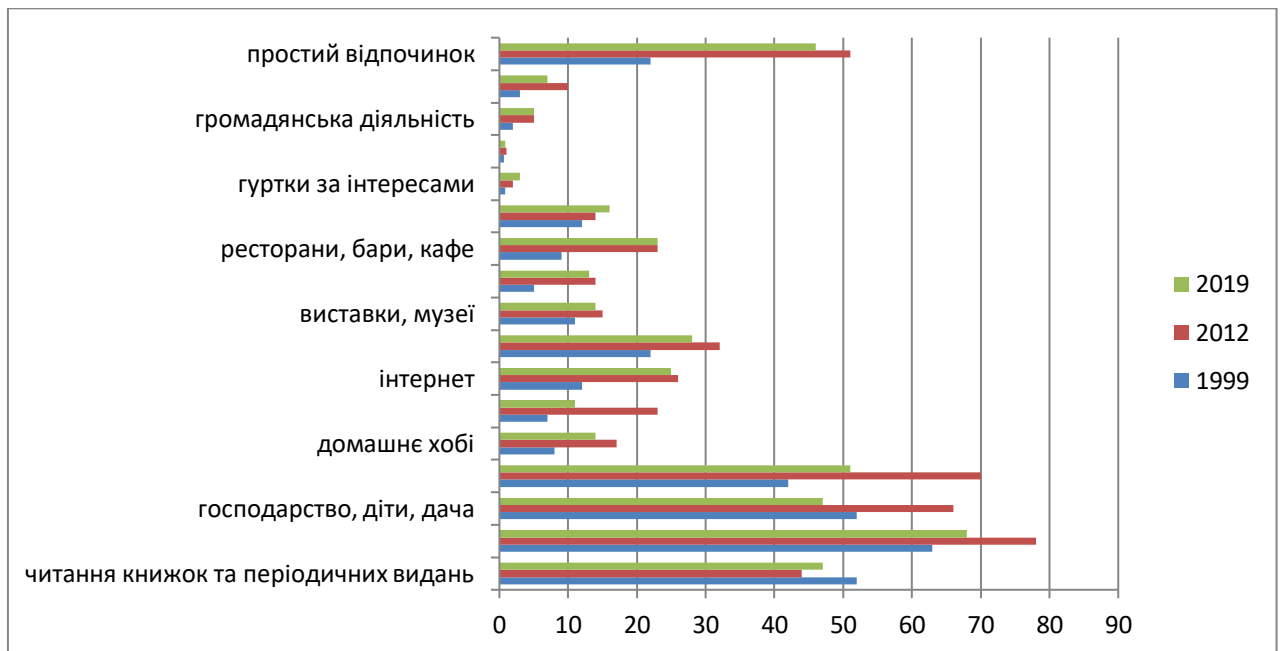


Рис. 2.7. Динаміка використання вільного часу середнім класом Львова у 1999-2019 рр.

Таким чином, із рис. 2.7 ми бачимо, що існує безліч способів як можна заповнити час відпочинку. Традиційно середній клас заповнює час переглядаючи телевізор, спілкуючись із друзями, читаючи. Із рис. 2.7 ми бачимо, що спілкуватися з друзями представники середнього класу бажають вже значно менше у порівнянні із попередніми роками. Інтернет, суттєво прикрасив рекреацію, населення, переглядає ресурс, який є настільки широким, що відповідає багатьом запитам представників середнього класу.

Розглянемо рекреаційні можливості представників різних поколінь середнього класу (рис. 2.8.). Починаючи від 1999 року рекреаційна діяльність починає суттєво зростати за всіма віковими групами середнього класу.

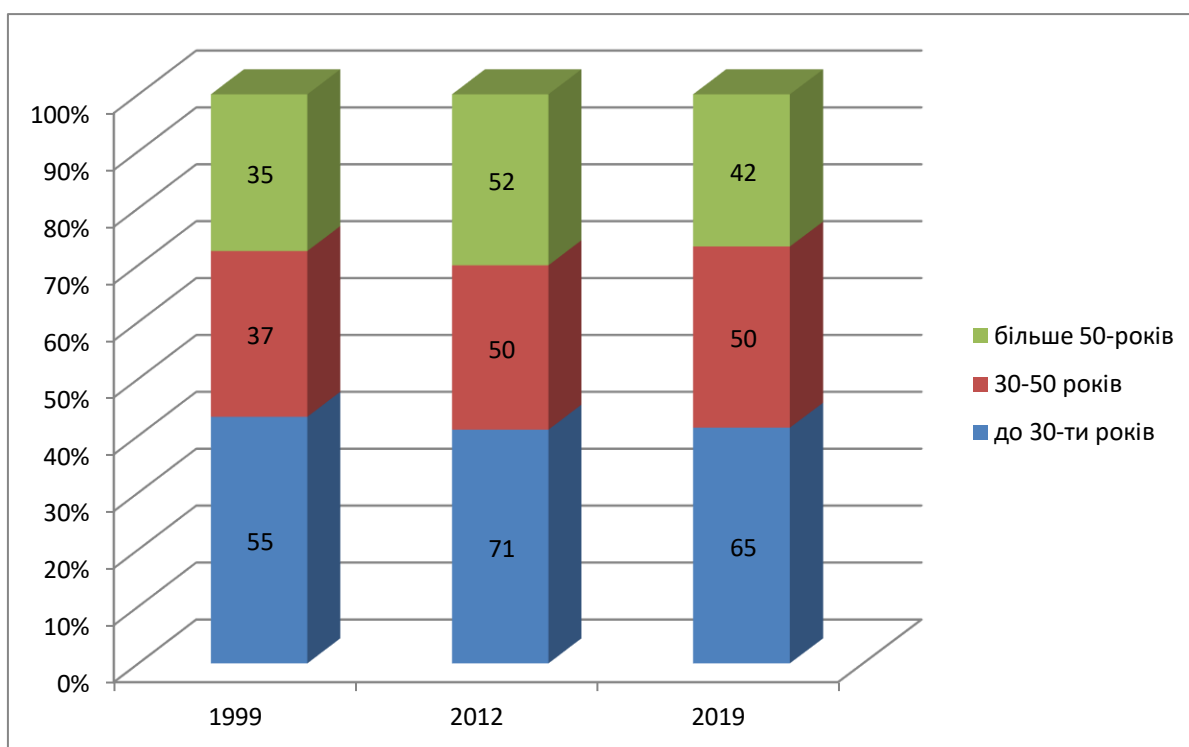


Рис. 2.8. Показники рекреаційної діяльності у віковій структурі середнього класу Львова

При цьому представники середнього класу в Україні орієнтуються власне на повноцінний відпочинок, тобто мають бажання і можливість здійснити подорож за кордон, зайнятися екстремальним чи активним туризмом, відпочити на курорті.

Популярними напрямками відпочинку середнього класу в Україні є такі:

1) *пляжний туризм:*

- Затока (Одеська область) з досить сучасною інфраструктурою і можливістю обирати рівень комфорту відпочинку відповідно до фінансових можливостей;

- Кирилівка (Запорізька область), прибережна територія якої становить 20 км з лиманами із лікувальною гряззю, де пропонується відпочинок різного рівня комфортності;

- Одеса, де море має теплі течії, є піщані пляжі, широкий вибір готелів у широкому ціновому діапазоні;

2) *гірськолижний туризм:*

- Буковель, як найпрестижніший гірськолижний курортна висоті близько 900 м над рівнем моря;

- Ворохта, Яремче, Драгобрат;

- Славське, Яблуниця, Боржавські полонини, гори Красія, Вишків.

3) *пізнавальний туризм*:

у містах Київ, Львів, Коломия, Івано-Франківськ, Чернівці, Одеса, Кам'янець - Подільський, Харків, Ужгород та ін.;

4) *зелений туризм*: у Івано-Франківській, Закарпатській, Львівській, Чернівецькій, Одеській, Миколаївській, Полтавській та ін. областях;

5) *діловий туризм* – у Києві, Львові, Одесі, Дніпрі, Харкові та ін.

У додатку ми пропонуємо переглянути фотографії відпочинку для середнього класу у ряді міст в Україні (Додаток В).

### **2.3. Рекреаційні вподобання середнього класу за межами України**

Найбільш популярними напрямками відпочинку середнього класу за межами України є Туреччина, Єгипет та Болгарія. Оскільки саме Туреччині буде присвячено наступний пункт нашого дослідження, то зважаючи на це ми в даному параграфі розглянемо інші популярні країни для відпочинку українців.

21.01.2020 року було взято інтерв'ю із директором туристичної агенції «Везувій тревл» міста Львів Іванною Гірською щодо рекреаційних вподобань середнього класу за межами України. В ході інтерв'ю була отримана відповідь, що найпопулярнішими напрямками відпочинку українців представників середнього класу за кордоном є «окрім Болгарії, Туреччини та Єгипту, ще Грузія, Греція, Кіпр, Чорногорія, Туніс, Хорватія та Іспанія».

Розглянемо найпопулярніші напрямки відпочинку середнього класу за межами України.

Найбільш популярним напрямком є відпочинок у Єгипті, зокрема у Шарм-ель-Шейху – туристичному центрі розташованому на Червоному морі,

на Синайському півострові (рис. 2.9.). Це місто-курорт складається з кількох районів, побудованих вздовж узбережжя, навколо основних заток (бухт).



Рис. 2.9. Готель Coral Sea Aqua Club Resort у Шарм-еш-Шейху в Єгипті

На пляжах курорту, крім купання і загоряння, пропонується широкий спектр послуг з снорклінгу, дайвінгу, катання на водних лижах і скутерах, плавання на катерах зі скляним дном і в батискафах тощо.

Також великою популярністю в українців користується Хургада. Основною рекреаційною орієнтацією міста є саме пляжний відпочинок. Хургада пропонує розважальні та екскурсійні тури. Серед основних екскурсій можна назвати екскурсії давньоєгипетськими пам'ятками в Каїр (до пірамід) та в Луксор.

Популярним напрямком відпочинку представників середнього класу є Болгарія. У Болгарії добре розвинена інфраструктура готелів, розважальних закладів, ресторанів. Найпопулярнішими курортами є Албена (наймолодшим і разом з тим найфешенебельніший курорт Болгарії), Золоті піски (один з найпопулярніших курортів Болгарії, найчистіший курорт цієї країни, що має престижну міжнародну нагороду «Синій Прапор»), Сонячний берег (найбільший курорт Болгарії в екологічно чистій зоні), Несебр (місто Несебр включене в список світової культурної спадщини, у 1956 році було оголошене містом-музеєм), Банско, Пампорово і Боровець.

Також середній клас полюбляє відпочивати у Греції, де є історико-культурні об'єкти, комфортабельні курорти, можливе паломництво до святих місць. Паломництво здійснюють віруючі до візантійської базиліки Салонік, до монастиря Святої гори Афон, до монастиря Метеори. Загальна протяжність пляжів у Греції становить 16 тис. км. Великою популярністю серед туристів користуються такі грецькі міста: Олімпія, Афіни, Дельфи, Тиринф, Мікени, поліси Криту (Маллія, Кнос, Фест). Найбільш популярними курортами пляжного відпочинку у Греції є острови Родос, Крит та півострів Халкідіки. Також популярними туристичними напрямками є Санторіні, Крит, Халкідіки, Лefкас, Самос. Серед острівних пляжів Греції найкращими є Міконос та Скіатос.

У Греції є можливість поєднати пасивний та активний відпочинок, це у свою чергу призвело до появи таких туристичних напрямків як: лікувальний, екологічний та культурний туризм.

Ще одним вподобанням середнього класу України є відпочинок на Кіпрі. Кіпр є острівною державою, яка розташована на сході Середземного моря. Саме Кіпр можна вважати одним із найпопулярніших туристичних напрямків Середземномор'я. Найпопулярнішими в українців курортами Кіпру є Пафос, Ларнака, Лімасол, Протарас, Айя-Напа (рис. 2.10.)



Рис. 2.10. Пляжі Айя-Напи на Кіпрі

Також серед українців популярним напрямком є Грузія і, насамперед, місто Тбілісі (рис. 2.11.), Батумі, Аджарія, Кахетія.



Рис. 2.11. Фортеця Нарікала у Старому Тбілісі у Грузії

Українці подорожують до Чорногорії. Здебільшого їх приваблює пляжний туризм (на пляжі у Чорногорії припадає близько 72 км, а власне Адриатичне узбережжя простяглося на 295 км). Серед туристів популярними містами Чорногорії є: Ульцинь, Будва, Подгориця, Герцег-Новий, Котор та Бар.

Туризм у Хорватії є сезонним, так як зосереджений у районах вздовж Адриатичного узбережжя. Приваблює українців Опатія (найстаріший курорт у Хорватії (рис. 2.12.)), також популярними є міста Раб та Лошинь (рис. 2.13). У Далмації розташований національний парк Хорватії Корнати. Що складається із 100 незаселених островів. Парк займає площу 220 км<sup>2</sup>і унікальний щільністю розташування островів, протоки між якими є справжнім лабіринтом серед скель.



Рис. 2.12. Курорт Опатія у Хорватії



Рис. 2.13. Парк Корнати у Хорватії

Багато туристів із України подорожують до Іспанії для пляжного відпочинку, віддаючи перевагу Коста-Дорада, Коста-Брава, Коста-дель-Маресме у Каталонії. Серед молодих людей популярні Ібіца та Мальорка. Цілолітнім курортам є Канарські острови.

У Іспанії окрім пляжного, популярний в українців і пізнавальний туризм у містах Барселона і Мадрид.

Проаналізуємо дані щодо в'їзду та виїзду українців на відпочинок за кордон (табл. 4).

Таблиця 2.4. Кількість українських громадян, що виїхали до інших країн в різні сезони року, тис. осіб

Сезони виїзду	2015	2016	2015/2016 %	2017	2017/2016 %	2018	2018/2017 %
I квартал	4 811,3	5 283,4	+9,8	6 916,6	+30,9	5 844,5	-15,5
II квартал	5 741,2	6 484,9	+13,0	5 570,7	-14,1	7 055,3	+ 26,7
III квартал	6 824,8	6 904,1	+1,2	7 790,9	+12,8	-	-
IV квартал	5 793,9	5 995,8	+3,5	6 159,3	+2,7	-	-
Всього	23 171,3	24 668,3	+6,5	26 437,4	+7,2	-	-

Із таблиці 2.4 ми бачимо, що кількість громадян України, які виїжджають подорожувати за кордон, з кожним роком збільшується.

Враховуючи, що частка кількості українських громадян, подорожуючих закордон до прикордонних країн складає близько 83% всього туристичного потоку, коливання показників виїзного туризму відбувається

переважно за рахунок подорожей до цих країн. Відвідування прикордонних країн українськими громадянами зростає, крім Росії (-30,9 %). Також зростає відвідування не прикордонних країн: Єгипту на 43,7%, Німеччини на 35,5%, Італії майже в 2 рази, Іспанії на 50,5%, Франції на 15%, Австрії на 3,9%.

У таблиці 2.5 систематизовано інформацію, до яких країн найчастіше подорожують громадяни України.

Таблиця 2.5. Країни, до яких найчастіше подорожують громадяни України, тис. осіб

Країни	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	Приріст 2018/2017, %
Польща	4 151,0	5 129,4	4 341,8	4 813,6	10,9
Росія	2 046,3	1 712,2	2 673,6	1 847,3	-30,9
Угорщина	1 095,4	1 356,2	1 447,1	1 539,4	6,4
Молдова	806,8	769,6	753,9	793,4	5,2
Білорусь	649,1	539,1	570,7	627,8	10,0
Румунія	270,4	412,8	460,5	564,0	22,5
Єгипет	149,2	168,0	350,1	503,0	43,7
Туреччина	198,2	349,4	510,3	500,4	-1,9
Словаччина	371,5	434,3	385,0	485,7	26,2
Греція	47,1	42,6	40,8	49,1	20,4
Грузія	30,2	41,5	50,2	50,6	0,9
Іспанія	26,3	33,0	43,4	65,3	50,5

На рис. 2.14 візуалізовано країни, до яких найчастіше подорожують громадяни України.

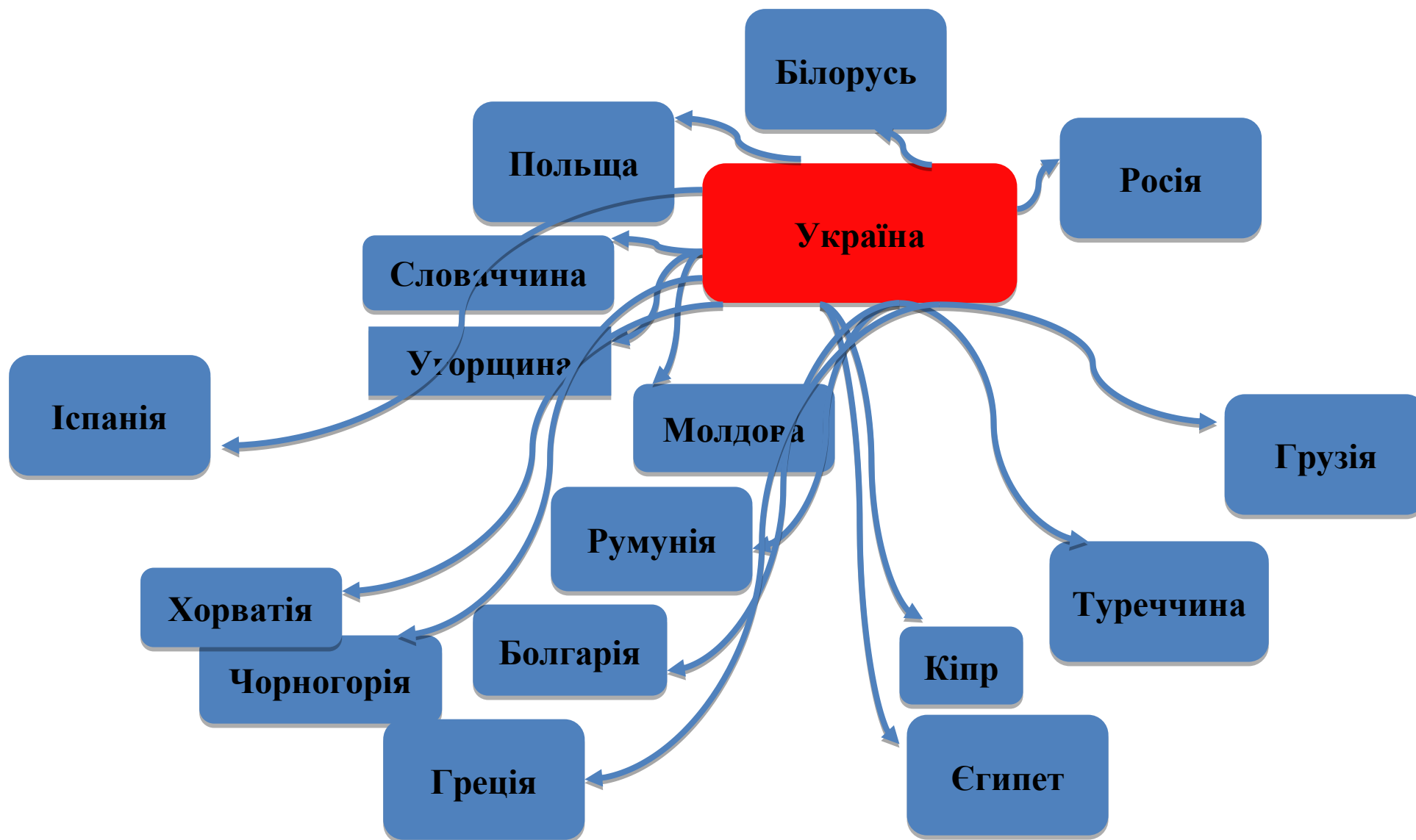


Рис. 2.14. Рекреаційні вподобання українців за кордоном

## Розділ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЇ ДЛЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ В УКРАЇНІ

### 3.1. Порівняльні переваги рекреації для середнього класу в Україні та Туреччині

В даному параграфі ми розглянемо переваги рекреації порівнюючи систему відпочинку в Україні та Туреччині.

Придбавши путівку в Україні, наприклад, у Затоку, рекреант платить за перевезення його та багажу (в обидва боки), в суму також входить оплата помешкання, кімнати проживання рекреанта (вартість помешкання, відстань від моря). Що стосується харчування, то зазвичай в оплату путівки вартість харчування не входить. Харчуватися можна у ресторані, чи готуючи їжу самостійно (як правило, кімнати мають кухонне приміщення, де є посуд, плита, холодильник тощо).

Стосовно відпочинку, наприклад, у Славську, то у вартість путівки входить проживання і харчування (у встановлений час рекреант снідає, обідає і вечеряє). Це зручніше, ніж у прикладі із Затокою, де потрібно привозити чи купувати на місці продукти і на відпочинку самому готувати їжу.

В Туреччині рекреація здійснюється за моделлю «все включено». Сутність концепції «все включено» тісно залежить від зірковості готелю (табл. 3.1.). Така модель надає конкурентну перевагу.

Таблиця 3.1. Складові концепції «все включено» залежно від «зірковості» готелю

Категорія готелю	Складові концепції «все включено»
5*	Годують практично цілодобово: сніданок, другий сніданок, закусочні на пляжі, біля бару, морозиво вдень, їжа після обіду із свіжою випічкою, вечеря (меню різноманітне). Окрім головного ресторану гості готелю можуть обідати та вечеряти в ресторанах „а-ля-карт”, де замовляють страви. Якщо п’ятизірковий готель

	пропонує «Все включено ультра» (Ultra all Inclusive), то до вищеперахованого додаються безкоштовні свіжовичавлені соки, алкогольні напої іноземного виробництва. Безкоштовно надаються басейн, інколи джакузі, тренажерний зал, відвідування spa-салону (окремі види процедур), масаж, міні-бар в номері тощо.
4*	Пропонується сніданок, обід та вечеря (меню різноманітне). На пляжі може працювати закусочна, а також бар біля басейну. Безкоштовно надаються басейн, спортзал, інколи джакузі.
2-3*	Приваблюють доступною ціною. Меню щоденно однакове. Алкогольні напої місцевого виробництва, коктейлі в барах можуть бути далекими від оригінальних рецептів. Міні-бар у номері безкоштовно поповнюється лише водою.

Сутність концепції «все включено» полягає у фіксованій ціні, але при цьому відпочиваючий має право отримати їжі та напоїв стільки, скільки захоче. Тобто при такій системі не діє жодне обмеження. Харчування у такій системі ведеться від 3 до 5 разів, за типом «шведський стіл».

Пояснити величезну популярність відпочинку українського середнього класу за системою «все включено» в Туреччині частково можна психологічним чинником – витрати майбутній рекреант може обмежити ще на стадії придбання ним путівки. Це значить, що витрати будуть обмежені певною сумою, і відпочиваючи рекреанту вже не потрібно буде підраховувати щоденно власні витрати (наприклад, на зайве морозиво чи бокал вина).

Створенню системи «все включено» сприяла світова нафтова криза, яка суттєво негативно вплинула на міжнародний туризм, оскільки люди почали подорожувати менше. Фахівці замислилися про те, що можна запровадити, щоб привернути увагу рекреанта. Таким рішенням виявилася система «все включено», яку активізували у 2009 році.

Хотілося б звернути увагу ще на один аспект. У Славську, наприклад, послуги підйому на гору на крісельній дорозі оплачуються окремо і в дві сторони на гору Тростян в сезон 2018-2019 рр. коштували 210 грн. (застава за картку становила 30 грн). Ціна денного абонементу на всі підйомники Тростяна складала 450 грн (плюс застава 30 грн) у період з 11.01-28.02. 2019 року, 530 грн. (плюс застава 30 грн) – з 25.12 по 10.01.2019 року. Для рекреантів в Україні це достатньо висока ціна порівняно із середньою заробітною платою. І це лише щоб піднятися, а для того, щоб покататися, рекреант орендує лижний комплект на один день за 50-150 грн, сноуборд за 70 грн, санки за 30 грн (сезон 2018-2019 рр.).



Рис. 3.1. Крісельна дорога у місті Славськ, Львівська область

В умовах кризи, коли скорочується туристичний потік, як правило для рекреантів створюються турпакети, які є більш привабливими для родинного кошторису. Наприклад, у Фінляндії в таких турпакетах до ціни туру за системою «все включено» додаються «шведський стіл» з вином та пивом без обмежень абонементи на прокат спортивного інвентарю та підйомників.

Також хотілося б зазначити про переваги системи «все включено» у логістиці. Така система дає можливість визначити заздалегідь кількість продуктів, які потрібно придбати, і зробити це можна завдяки тому, що клієнти платять заздалегідь усю суму одразу.

Як показує практика роботи системи «все включено», збитковою така система для готельєрів не є, оскільки потреби рекреанта не є безмежними, а мають чіткі біологічні межі. Якщо до цього розумно підійти, то можна під ці біологічні межі підлаштуватися і мати власну вигоду. Наприклад, рекреант відпочиваючи у Туреччині, вкладається у вартість 150 дол. (вартість харчування та напоїв для середньостатистичного рекреанта, який відпочиває у п'ятизірковому готелі). В середньому вартість путівки приносить дохід 20% (розрахунок за період відпочинку по системі «все включене» за 7 днів). Ажіотаж триває перші дні, і оскільки їжі не меншає, люди споживають її значно менше.

Отже, структури, які надають рекреаційні послуги в Україні, повинні бути більш відкритими для клієнтів і запозичувати у своїй діяльності досвід Туреччини щодо організації роботи за системою «все включено», оскільки це є більш привабливим для середнього класу, це відповідає бажанням та потребам рекреантів.

### **3.2. Інвестиції як складова розвитку рекреаційних послуг для середнього класу**

В Україні відсутні дієві програми розвитку малого підприємництва у сфері готельного та ресторанного обслуговування. Декларативність багатьох програмних документів на місцевому рівні призводить до того, що кошти на розвиток цих галузей відраховуються за остатнім принципом, а їх кількість є незначною, а подекуди мізерною. Тому в Україні у незадовільному стані перебуває сервісна та інформаційна інфраструктура туризму та рекреації. Суттєво стримує розвиток туризму і низька якість автомобільних доріг, особливо в місцях перспективного розвитку сільського та зеленого туризму [18, с. 64].

Серед актуальних завдань туристичної галузі слід відзначити роботу над створенням оптимальних нормативно-правових засад розвитку

привабливого інвестиційного клімату, здатного збільшити обсяги капіталовкладень у туристичний та курортно-рекреаційний бізнес і його інфраструктуру.

У цілому Україна має добрі перспективи розвитку туристичного ринку. За оцінками фахівців найближчим часом обсяг туристичних потоків зросте на 10–15%, причому 45% складатимуть туристи з країн Західної Європи. Як стверджує П. Довгаль «пізнаючи унікальну природу України, її багату історію та самобутню культуру, іноземці зовсім по-іншому сприйматимуть нашу країну. Це, у свою чергу, буде стимулювати зовнішню інвестиційну діяльність та створюватиме позитивний імідж нашої держави» [9, с. 76].

Інвестиційна привабливість окремої країни формується під дією факторів національного та регіонального рівнів. Фактори національного рівня характеризують інвестиційне середовище країни загалом, а регіональні фактори притаманні окремому місту чи області. Індекс інвестиційної привабливості України у 2018 року був на рівні вище трьох балів – це означає що є позитивні зрушення. Індекс інвестиційної привабливості України тримається на рівні вище трьох балів – він вийшов з негативної площини та перейшов в нейтральну. Так наприкінці 2017 року він складав 3,03, в кінці 2016 – 2,85, в кінці 2015 – 2,57. Індекс сягав позначки вище трьох у 2011 році і складав 3,39. Це був один з найвищих показників.

34% підприємців сподіваються, що інвестиційний клімат у 2019 році може ще покращитись. 28,1% бізнесменів вважають інвестиційний клімат в цілому привабливим для інвестування. 30,5% керівників компаній вважають, що бізнес-клімат вже покращився[9].

### **3.3. Перспективи розвитку рекреації для середнього класу в Україні**

На сьогодні рекреація та туризм є одним з найприбутковіших видів бізнесу у світі. Цей сектор останнім часом стає дедалі важливішим у структурі національних економік, і розвивається дуже швидкими темпами, в

країнах що надають розвитку рекреації та туризму пріоритетного значення, стаючи не тільки дедалі значимішою частиною національних економік, але й найважливішим наповнювачем державної скарбниці [12, с. 51].

Отже, на нашу думку, рекреація і туризм повинні бути пріоритетною сферою перспективного розвитку України, адже для цього в Україні є достатній та різноманітний потенціал природних та історико-культурних ресурсів і кваліфікованої робочої сили, найперше. З іншого боку, формування середнього класу з його моделлю поведінки, стилем життя є важливим чинником зростання попиту на рекреаційні послуги. Україна здатна досягти достатньо високого розвитку рекреації і туризму на засадах підвищення інвестиційної активності, стратегічного сценарію підвищення конкурентоздатності рекреації і туризму на внутрішньому та міжнародних ринках рекреаційних та туристичних послуг.

Важливе значення для розвитку як міжнародного, так і внутрішнього туризму та рекреації в Україні мають туристичні та рекреаційні ресурси. Саме вони зумовлюють і визначають найважливіші фінансово-економічні показники туристично-рекреаційної діяльності, впливаючи на кількість туристів, їх сезонний розподіл, ціни на туристично-рекреаційні послуги, їх асортимент, географію подорожей, тривалість перебування в країні чи в регіоні тощо.

Для ефективного використання туристично-рекреаційних ресурсів вагоме значення має наявність туристичної інфраструктури – готелів, мотелів, будинків відпочинку, пансіонатів, санаторіїв, закладів харчування, транспортних засобів, закладів для розваг, атракціонів тощо. Тут доцільно відзначити, що нині в Україні туристична інфраструктура знаходиться в цілому в незадовільному стані за окремими виключеннями.

В рекреаційній інфраструктурі одне з ключових місць належить транспорту. В Україні в цьому аспекті необхідно розвинути мережу автомобільних доріг і залізниць, аеропортів, морських і річкових портів.

Актуальною для України залишається проблема водопостачання і каналізація рекреаційних центрів, які розміщені в різних регіонах.

Проблема інфраструктурного облаштування території України може бути вирішена лише завдяки інвестування великих коштів, в тому числі центральною та місцевими владами, а її розв'язання можливе лише в контексті практичних дій по економічному піднесенню країни.

Якщо говорити про стратегію і тактику формування потужного туристично-рекреаційного ринку послуг в Україні, то принциповим моментом в цьому є формування державної стратегії розвитку рекреації і туризму, визначення місця і ролі цієї галузі в економіці держави та, відповідно, визначення тактики практичних дій на різних рівнях її управління.

Розрахунки економічної доцільності використання туристично-рекреаційного потенціалу України свідчать про те, що дана галузь повинна стати рівноправною сферою економічних інтересів і сприяння органів державної влади та місцевого самоуправління. Вони мають визначити загальну стратегію дій (залежно від кон'юнктури ринку) та режим економічного сприяння індустрії відпочинку, і зокрема, туристично-рекреаційній діяльності. Тобто, державна та регіональна політика повинна бути спрямована на формування сприятливого ринкового середовища для соціально-ефективного, економічно вигідного та екологічно допустимого розвитку туристично-рекреаційного бізнесу в Україні.

## ВИСНОВКИ

Під рекреаційною діяльністю розуміють процес об'єднання дій, кінцевою метою яких є отримання набору послуг та продукції, отриманих на основі використання рекреаційних ресурсів, інфраструктури, технологічних процесів та робочої сили. Основним цільовим призначенням рекреаційної діяльності окрім прямого відпочинку, є привнесення в економіку країни фінансових ресурсів, капіталовкладень до муніципального бюджету, іноземної валюти, створення нових робочих місць.

Під середнім класом розуміють сукупність соціальних прошарків населення, які у стратифікаційній системі посідають місце між багатими та бідними, володіють достатнім рівнем доходів, який цілком та повністю спроможний задовольнити рівень власних потреб, розуміють престижність у суспільстві власного становища, володіють достатньо високим кваліфікаційно-освітнім рівнем, підтримують стабільний розвиток суспільства.

Доходи населення в Україні збільшуються. Пропорційно доходам збільшуються і витрати населення України. Це позитивно впливає на формування середнього класу. Доходи та витрати населення в Україні територіально диференційовані. Стабільно найвищі доходи та витрати характерні в Україні для жителів м. Київ, Київської, Дніпропетровської, Запорізької та Одеської областей. Середньомісячна заробітна плата населення України також збільшується. В основному це відбувається в тих галузях, де задіяні представники середнього класу. Це позитивно впливає на витрати населення на можливості їх рекреації в контексті вибору місця відпочинку, тривалості відпочинку, форм організації відпочинку.

Таким чином, найкращі фінансово-економічні умови для формування та життєдіяльності середнього класу в Україні склались у місті Києві, Київській, Дніпропетровській, Запорізькій областях, а також у Донецькій, Полтавській, Харківській, Миколаївській, Одеській, Львівській та Вінницькій.

Рекреація поза домом частіше спостерігається у представників середнього класу. Від 1999 року середній клас прагне до рекреаційної діяльності поза домом. Також помітно збільшилася частка тих, хто долучився до спортивної рекреаційної діяльності. Що стосується домашньої рекреаційної діяльності, то вона тепер стає помітно більше насиченою, має розвиваючий коригуючий вектор. Традиційно середній клас заповнює час переглядаючи телевізор, спілкуючись із друзями, читаючи. Однак, спілкуватися з друзями представники середнього класу бажають вже значно менше у порівнянні із попередніми роками. Інтернет, суттєво прикрасив рекреацію, населення, переглядає ресурс, який є настільки широким, що відповідає багатьом запитам представників середнього класу.

Популярними напрямками відпочинку середнього класу в Україні є: пляжний туризм (Затока в Одеській області, Кирилівка у Запорізькій області, Одеса); гірськолижний туризм (Буковель, Ворохта, Яремче, Драгобрат, Славське); пізнавальний туризм (Київ, Львів, Чернівці, Одеса, Кам'янець - Подільський, Чернігів, Харків, Ужгород); зелений туризм; діловий туризм .

Було взято інтерв'ю із директором туристичної агенції «Везувій тревл» міста Львів Іванною Гірською щодо рекреаційних вподобань середнього класу за межами України. В ході інтерв'ю була отримана відповідь, що найпопулярнішими напрямками відпочинку українців представників середнього класу за кордоном є «окрім Болгарії, Туреччини та Єгипту, ще Грузія, Греція, Кіпр, Чорногорія, Туніс, Хорватія та Іспанія».

Кількість громадян України, які виїжджають подорожувати за кордон, з кожним роком збільшується. На основі систематизованої інформації про те, до яких країн найчастіше подорожують громадяни України, створено графічну модель, де показано рекреаційні вподобання українців за кордоном.

Структури, які надають рекреаційні послуги в Україні, повинні бути більш відкритими для клієнтів і запозичувати у своїй діяльності досвід Туреччини щодо організації роботи за системою «все включено», оскільки це

є більш привабливим для середнього класу, це відповідає бажанням та потребам рекреантів.

ВУкраїні відсутні дієві програми розвитку малого підприємництва у сфері готельного та ресторанного обслуговування. Декларативність багатьох програмних документів на місцевому рівні призводить до того, що кошти на розвиток цих галузей відраховуються за остатнім принципом, а їх кількість є незначною, а подекуди мізерною. Тому в Україні у незадовільному стані перебуває сервісна та інформаційна інфраструктура туризму та рекреації. Суттєво стримує розвиток туризму і низька якість автомобільних доріг, особливо в місцях перспективного розвитку сільського та зеленого туризму.

На нашу думку, рекреація і туризм повинні бути пріоритетною сферою перспективного розвитку України, адже для цього в Україні є достатній та різноманітний потенціал природних та історико-культурних ресурсів і кваліфікованої робочої сили, найперше. З іншого боку, формування середнього класу з його моделлю поведінки, стилем життя є важливим чинником зростання попиту на рекреаційні послуги. Україна здатна досягти достатньо високого розвитку рекреації і туризму на засадах підвищення інвестиційної активності, стратегічного сценарію підвищення конкурентоздатності рекреації і туризму на внутрішньому та міжнародних ринках рекреаційних та туристичних послуг.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійчук О. Я. Рекреація в Україні: лісоохорона державна підтримка // Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Фізичне виховання, спорт і здоров'я людини. 2014, Вип. 7, С. 105-110.
2. Анісімов С. В. Аналіз історії розвитку дефініцій "рекреація" та "туризм" // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Географія. 2017, № 2, С. 128-133.
3. Ахмедова О.О. Можливості використання світового досвіду державного регулювання у сфері туризму в Україні // Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія "Державне управління". 2016, №1, С.32-37.
4. Баєв В.В. Формування системи підготовки кадрів з медичного туризму в Україні // Інвестиції: теорія та практика. 2015, №6, С.60-63.
5. Бартошук О.В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід) // Держава та регіони. Серія "Економіка та підприємництво". 2011, №2, С.62-68.
6. Величко В. Организация рекреационных услуг [Електронний ресурс] – режим доступу // [http://tourlib.net/books\\_ukr/velychko1-2.htm](http://tourlib.net/books_ukr/velychko1-2.htm)
7. Дилигенский Г.Г. Люди среднего класса. Институт Фонда “Общественное мнение”, 2002, 215с.
8. Доходи та витрати населення по регіонах України [Електронний ресурс] – режим доступу // [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2008/gdn/dvn\\_ric/dvn\\_ric\\_u/dn\\_reg2013\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2008/gdn/dvn_ric/dvn_ric_u/dn_reg2013_u.html)
9. Доходи та витрати населення у 2017 р. Статистичний збірник – Київ: Державна служба статистики України, 2019. – С. 30. Режим доступу - [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/02/zb\\_dvn2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/02/zb_dvn2017.pdf)

10. Залещик В. В. Відпочинок, рекреація, туризм: зарубіжний досвід // Географія та туризм. 2010, Вип. 3, С. 71-76.
11. “Класс в себе” и “класс для себя”. – Философский энциклопедический словарь, 1989, с.259.
12. Круцевич Т. Теоретичні і методичні аспекти поняття "фізична рекреація" // Спортивний вісник Придніпров'я. 2010, № 2, С. 18-20.
13. Моисеев А.С. Опыт изучения среднего класса // Современная зарубежная психология, 2012, №2, с. 49-60.
14. Немець Л.М., Мезенцев К.В., Мезенцева Н.І., Мельничук А. Л. та ін. Соціальна географія: Підручник. – Київ: Фенікс, 2019, 304 с.
15. Моисеев А.С. Различия социального самоопределения подгрупп среднего класса // Вестник университета, 2010, № 17, с. 11-12.
16. Петрина Н. В. Рекреація та туризм у межах прибережно-морських природо-охоронних зон Італії // Географія та туризм. 2010, Вип. 7, С. 123-130.
17. Петровська К. В. Рекреація і туризм для людей з обмеженими фізичними можливостями // Географія та туризм. 2011, Вип. 13, С. 145-150.
18. Попова И.П. Средние слои, средний класс в российском обществе – к проблеме соотношения // Социологические исследования. 2005, №12, с.65-76.
19. Рідей Н. М., Хітренко Т. Ф. Рекреація в Україні: вивченість, перспективи розвитку рекреаційних територій // Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. 2015, № 3, С. 64-67.
20. Радаев В. Формирование мифа о среднем классе в посткоммунистической России. – Средний класс в России: проблемы и перспективы. ИЭППП, 1998, с.23.
21. Саєнко Ю. Середній клас у соціологічних вимірах // Україна-2002. Моніторинг соціальних змін. 2002, 178с.
22. Середній клас в Україні /За ред. А. Рачок. – К.: Центр Разумкова, 2019, 511с.
23. Симончук Е.В. Средний класс: люди и статусы. К., 2017, 259 с.

24. Середньомісячна заробітна плата штатних працівників за видами економічної діяльності у 2010-2019 роках [Електронний документ] – Режим допуску // [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/gdn/prc\\_rik/prc\\_rik\\_u/dszpED\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/gdn/prc_rik/prc_rik_u/dszpED_u.html)
25. Смирнов І.Г., Фоменко Н.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навчально-методичний посібник. – І.-Ф.: Галицька академія, 2009, 154 с.
26. Тихонова Н.Е., Мареева С.В. Средний класс: теория и реальность. М.: АльфааМ, 2009, 394с.
27. Чепуренко А. П. Средний класс в российском обществе: критерии выделения, социальные особенности // Средний класс в современном российском обществе, РНИСиНП, 2000, 416с.

## **ДОДАТКИ**

Таблиця А.1. Динаміка доходів населення за регіонами України у 2016-2018 рр.,млн. грн.

	Доходи населення		
	2016	2017	2018
Україна	2051331	2652082	3248730
Автономна Республіка Крим області	...	...	...
Вінницька	71888	94417	114480
Волинська	40792	53204	63810
Дніпропетровська	188816	245778	307844
Донецька	117735	141340	174771
Житомирська	53684	70126	84830
Закарпатська	44137	56568	69194
Запорізька	96695	122759	147627
Івано-Франківська	56418	73474	87479
Київська	90505	117755	150606
Кіровоградська	41875	54514	63999
Луганська	41267	49342	58880
Львівська	116285	152256	189077
Миколаївська	52390	67558	81581
Одеська	118472	153640	193923
Полтавська	71926	92768	114656
Рівненська	47356	61831	73661
Сумська	52551	67287	79848
Тернопільська	40277	52196	61731
Харківська	135675	175850	216227
Херсонська	44268	57144	68064
Хмельницька	57367	73520	86821
Черкаська	53496	69399	82600
Чернівецька	33657	43542	52108
Чернігівська	45716	58255	69247
м. Київ	338083	447559	555666
м. Севастополь	...	...	...

Таблиця А.2. Динаміка витрат населення за регіонами України у 2016-2018 рр., млн. грн.

	Витрати населення		
	2016	2017	2018
Україна	2038740	2621444	3217183
Автономна Республіка Крим області	...	...	...
Вінницька	71565	85875	104683
Волинська	45749	53782	65365
Дніпропетровська	179697	225791	271658
Донецька	85268	102741	116696
Житомирська	54892	71365	86724
Закарпатська	47061	61882	75368
Запорізька	92181	115968	142289
Івано-Франківська	60988	69627	83876
Київська	100922	147551	179874
Кіровоградська	44138	53232	65497
Луганська	27847	35486	39277
Львівська	118391	161920	200007
Миколаївська	54197	64909	78615
Одеська	140752	178378	219938
Полтавська	66889	88651	109575
Рівненська	47146	57180	70651
Сумська	47901	60627	74282
Тернопільська	41463	49260	60957
Харківська	161225	203127	259421
Херсонська	49162	62317	75566
Хмельницька	54318	73019	89882
Черкаська	55925	72818	88896
Чернівецька	35738	49642	61722
Чернігівська	46324	58681	71864
м. Київ	309001	417615	524500
м. Севастополь	...	...	...

## Додаток Б

Таблиця Б.1. Доходи населення у розрахунку на одну особу за регіонами України у 2015-2018 рр., грн.

	Доходи на душу населення			
	2015	2016	2017	2018
Україна	31803	37080	47270	58442
Автономна Республіка Крим області	...	...		...
Вінницька	29637	34931	45436	55734
Волинська	24980	30013	38514	46120
Дніпропетровська	39142	44366	57333	74755
Донецька	21346	20927	25278	33840
Житомирська	27801	32979	42684	52715
Закарпатська	22457	26856	33891	41418
Запорізька	36277	43462	54261	65065
Івано- Франківська	26540	31719	40580	48724
Київська	33956	40127	50664	65623
Кіровоградська	27383	32745	42227	50373
Луганська	15634	13793	16416	21252
Львівська	29542	35325	44981	56592
Миколаївська	29342	34971	45356	55469
Одеська	32385	39132	50111	63153
Полтавська	31997	37938	48663	61649
Рівненська	26708	31295	40325	48184
Сумська	30572	36084	45852	55829
Тернопільська	24040	28195	36204	43577
Харківська	32198	38197	48370	56421
Херсонська	27880	32968	41695	50195
Хмельницька	29292	34395	43638	50640
Черкаська	26970	32327	41854	50600
Чернівецька	23929	28361	36215	42762
Чернігівська	28440	33231	42501	51213
м. Київ	76514	92254	118208	143676
м. Севастополь	...	...		...

Таблиця Б.2. Витрати населення у розрахунку на одну особу за регіонами України у 2015-2018 рр., грн.

	Витрати на душу населення		
	2015	2016	2017
Україна	40 633,6	47 776,4	61702,1
Автономна Республіка Крим	...	...	...
області			
Вінницька	37 025,6	44 831,8	54244,8
Волинська	38 746,6	43 913,4	51728,4
Дніпропетровська	47 285,2	55 417,6	69887,0
Донецька	17 488,8	20 041,4	24332,9
Житомирська	36 645,4	44 125,4	57743,3
Закарпатська	31 646,8	37 379,7	49171,2
Запорізька	44 198,2	52 777,4	66983,2
Івано-Франківська	37 194,7	44 159,0	50501,9
Київська	50 624,0	58 225,4	84585,5
Кіровоградська	37 096,9	45 526,6	55392,3
Луганська	10 367,9	12 656,0	16266,0
Львівська	38 775,2	46 719,2	63954,5
Миколаївська	39 151,0	46 956,3	56654,4
Одеська	49 419,2	58 931,5	74797,9
Полтавська	39 158,6	46 680,9	62417,1
Рівненська	34 559,6	40 562,7	49221,0
Сумська	35 306,3	43 196,9	55145,5
Тернопільська	32 392,8	39 027,7	46656,6
Харківська	51 250,3	59 494,8	75299,2
Херсонська	39 022,6	46 423,0	59276,1
Хмельницька	34 458,3	42 113,5	57055,0
Черкаська	37 502,0	45 206,5	59404,5
Чернівецька	33 179,5	39 315,7	54708,0
Чернігівська	36 379,1	44 576,6	57155,0
м. Київ	95 292,5	105 960,2	142525,9
м. Севастополь	...	...	...

Рис. Г.1. Відпочинок у м. Славське, Львівська область

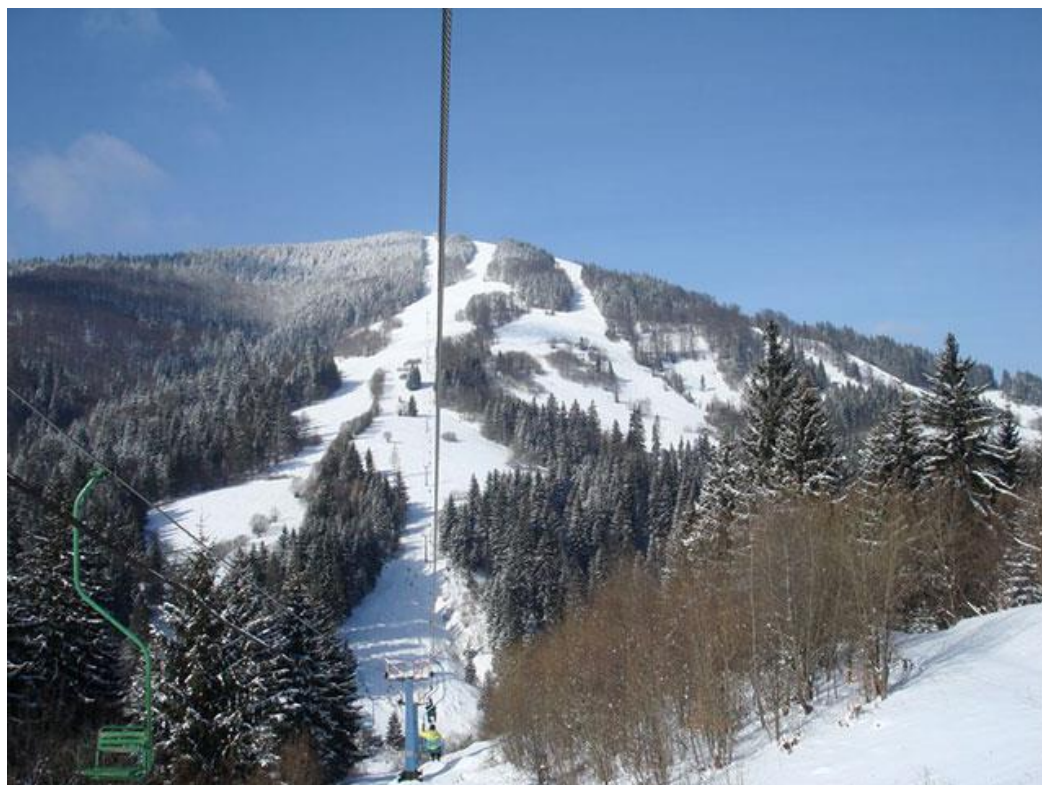


Рис. Г.2. Відпочинок у м. Яремче, Івано-Франківська область

