

ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ АЕРОПОРТІВ: ФОРМУВАННЯ ТА СПРИЯННЯ ІНТЕРЕСАМ СПОЖИВАЧІВ

Аеропорти – складні транспортні підприємства – мають свої особливості планування та забудови, експлуатації та комерційного розвитку, які реалізуються в жорстких рамках забезпечення безпеки польотів [1]. Значна частка об'єктів розташована в контрольованій зоні, що обмежує доступ пересічних громадян до них та, як наслідок, виключає можливість їх вільного відвідування та вивчення.

Для більшості відвідувачів аеропорту головною ціллю є авіаційна подорож, в якій аеропорт виконує функції декількох пунктів призначення, а саме – початкового / кінцевого, або – проміжного.

Разом з тим, аеропорти мають декілька якостей та передумов для включення до царини туристично-рекреаційних ресурсів країн, регіонів, міст.

По-перше, аеропорти виконують особливі функції «повітряних воріт», мають відповідні архітектурні та культурологічні ресурси, які дозволяють розглядати їх як складові туристичних дестинацій. Тому архітектурні, дизайнерські рішення спрямовуються на формування відповідних образів, які повинні відповідати споживчим очікуванням відвідувачів та мотивувати вибір туристичної подорожі саме через цей аеропорт.

По-друге, аеродроми мають значні територіальні ресурси з обмеженою забудовою та чудовими краєвидами приаеродромної території. Це може сприяти формуванню рішення туристів побачити красиві види і пейзажи у різні пори року, доби, тощо. Наприклад, побачити Північне сьйво (Arctic Circle Airport, Норвегія), Мангеттен та Статую Свободи (термінал TWA, аеропорт JFK, США).

По-третє, аеродроми використовують для проведення видовищних заходів, пов'язаних з демонстрацією нової авіаційної техніки, тощо. Це –

вагомий мотив для планування туристами пізнавально-розважальної складової своєї подорожі.

Таким чином при відповідному плануванні, формуванні та реалізації:

- головна ціль може бути доповнена вторинними цілями (відпочинком, дозвіллям, розвагами; пізнанням; діловими зустрічами);
- вторинні цілі можуть стати головними мотивами для відвідувачів аеропорту.

У першому випадку досягнення вторинних цілей може впливати у майбутньому на прийняття рішень щодо вибору саме цього аеропорту для авіаційних подорожей за наявності альтернативних варіантів, аналогічних за рівнем комфорту перебування та обслуговування.

Для другого випадку слід визначити мотиви, які будуть мати істотну значущість для споживчого вибору саме цього аеропорту як туристичного продукту [2].

Що може мотивувати потенційного туриста до відвідування аеропорта, до ознайомлення та вивчення його рекреаційних ресурсів?

Оцінімо рекреаційні ресурси та можливості аеропорта, розташованого за межами міста. До його рекреаційних ресурсів відносяться:

- територія аеропорту, площа якої може досягати сотні-тисячі га;
- приаеродромна територія, форма та розміри якої визначаються колом радіусом до 45 км.

Відстань від міста до аеропорта може досягати 30 км.

Під'їзні автомобільні та залізничні шляхи можуть бути прокладені територією зі збереженим природним каркасом або спланованим рельєфом, відповідним благоустроєм та забудовою [3]. Не виключенням є водні артерії, які межують з аеропортами (Міжнародний аеропорт (МА) «Кансай», Японія). Через них можуть бути прокладені штучні споруди для сполучення з аеропортами або вони можуть бути використані для водного транспорту (паромна переправа МА «Тиват» – Котор, Чорногорія).

У наші часи ділянки приаеродромних територій, що примикають до під'їзних шляхів, стають привабливими для бізнесу та туризму. На них будуються різного типу стоянки збереження та прокату автомобілів, готелі, логістичні центри, підприємства мережевої торгівлі та громадського харчування; реорганізується транспортна мережа, з'являються багаторівневі розв'язки, тощо.

Це дозволяє водночас сформувати та задовольнити діловий і туристичний попит, створити відповідне враження у відвідувачів – гостей країни, надати інвестиційної привабливості прилеглим територіям тощо [3].

Рівень планувальної організації та благоустрою шляхового простору може створити як негативне, так й позитивне враження.

Серед негативних прикладів – багатокілометрова низка примітивних за формами та розмальованих графіті будівель складів, ангарів, майстерень одноманітного сірого кольору вздовж під'їзних шляхів (МА Нью-Йорка, Парижа, Варшави та ін.).

Позитивне враження у мандрівників створює шляховий простір, забезпечений семантично насиченими художньо і інформаційно виразними рішеннями панорам, які сприймаються у динаміці руху наземного транспорту (МА Канзас-Сіті, США, 36 км від міста, США; Делі, Індія, 17 км від міста; Баку, Азербайджан, 17 км від міста; Бориспіль, Україна, 35 км від Києва).

Такі комплексні містобудівні та ландшафтні рішення формують денні та нічні панорами, створюються для прямого та зворотного напрямів руху з урахуванням емоційного стану відвідувачів аеропорту (хвилювання під час очікування польоту; втома після завершення польоту; радість зустрічі, сумнів розставання, тощо). Вони можуть навіювати романтичній настрій, сприяти змінам емоційного стану, впливати на самопочуття, тощо.

До цих рішень включаються й медійні об'єкти. Серед них аеродромно-диспетчерські вежі – висотні доміанти забудови макросередовища аеропортів, низка з яких має додаткові рекламно-інформаційні (МА Відня, Австрія;

Единбурга, Шотландія; Кутаїсі, Грузія; Стамбула, Туреччина; Тель-Авіва, Ізраїль) та розважальні функції (МА Відня, Австрія; Батумі, Грузія) [4].

Привокзальні площі теж можна віднести до рекреаційних ресурсів, планувальна організація яких може мотивувати до відвідування туристами. Разом з культурологічними ресурсами (пам'ятники відомим особам та історичним подіям; твори монументального мистецтва, тощо). Це можуть бути об'єкти громадського призначення, відвідування яких пов'язано з романтикою авіаційних подорожей та людських співвідношень. Як приклад, можна привести футуристичний за архітектурно-планувальними рішеннями ресторан Encounter Restaurant на привокзальній площі МА Лос-Анжелеса, Каліфорнія.

Але найбільш важливою складовою мотивації вибору туристичної подорожі до аеропорту є рекреаційні ресурси саме аеродромів, де здійснюються зльотно-посадкові операції, диспетчерське наземне обслуговування повітряних суден та ін. Привабливості цим подіям забезпечують чудові краєвиди, «графіка» просторової організації аеродрома та чіткість технології виконання зльотно-посадкових операцій.

Вагомими додатками до цих ресурсів виступають лівреї авіакомпаній, до створення яких залучаються провідні дизайнери та маркетологи. Поруч із стандартними використовують спеціалізовані – пам'ятні, ретро-лівреї. «Носії» таких ліврей можуть бути використані в якості ексклюзивних складових рекреаційних ресурсів. Прикладом може служити аеробус А-321 Austrian Airlines «Тисячоліття Австрії», ліврея якого являє собою галерею портретів видатних осіб Австрії. Прибуття цього аеробуса наприкінці ХХ ст. було знаковою подією для МА «Бориспіль»!

Висновки

1. Аеропорти мають якості та передумови для включення їх до царини туристично-рекреаційних ресурсів країн, регіонів, міст.

2. При формуванні осередків туристичного продукту, комплектуванні туристичних груп слід враховувати комплекс факторів впливу на їх вибір, зокрема, культурні, особисті, соціальні та психологічні.

3. Слід враховувати, що під час перебування в аеропорту можуть виникати різні психічні стани: тривожність від гулів авіаційних двигунів, масштабності подій тощо.

1. *Дружиніна В.В.* Вектори розвитку авіаційної інфраструктури в контексті активізації туризму // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І.Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2019. – Т. 30 (69). - № 1. – С. 1-6.
2. *Сагалакова Н.О.* Характеристика туристичного продукту як специфічного об'єкту ціноутворення // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. - № 17. – С. 27-33.
3. *Agieieva G.M., Tymoshenko M.M., Vzhovska N.V.* Planing organization of macro environment of the airports. AVIA-2019 : Proceedings of the Fourteenth International Conference of Science and Technology. National Aviation University. Kyiv, 2019. Pp.21.1-21.5.
4. *Агеева Г.М.* Аеродромно-диспетчерські вежі – медіадомінанти макросередовища аеропортів // Містобудування та територіальне планування. – 2019. – Вип.70. – С. 27-43.

Пилипенко Олександра

МЕТОД ЛАНДШАФТОТЕРАПІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ПОДОЛАННЯ КРИЗИ МОЛОДОСТІ

Актуальність дослідження: Криза молодості – це частина величезного індивідуального плану, що точиться та з кожним разом видозмінюється в силу тих чи інших обставин. Ознаки ж кожного відрізка нашого дорослішання можуть проявитись атипово, незвично – що дає нам цінний матеріал для вивчення питання як впоратись та подолати кожний бар'єр на шляху до цілісної особистості. Криза молодості як проміжок з численними поразками та невдачами на шляху до повного дорослішання людини демонструє значні зусилля та провали до наступної кризової точки. Все ж таки цей період прикував увагу багатьох зарубіжних та вітчизняних колег, не дивлячись на те, що це найменш ризикований вік задля отримання хронічних захворювань, нервової стабільності і тд. Адже з цього періоду закладається фундамент для майбутніх «людських слабкостей», де згодом ця вся сукупність віддзеркалюється у майбутньому в вигляді хвороб. Люди самовизначаються і