

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Університет Жирони (Іспанія)
Університет Орадя (Румунія)
Талліннський університет (Естонія)
КЗ «Харківська обласна станція юних туристів» Харківської обласної ради

РЕГІОН - 2023:

СТРАТЕГІЯ ОПТИМАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

МАТЕРІАЛИ

МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(20 жовтня 2023 р., м. Харків)

Харків
2023

*Реєстраційне посвідчення в УкрІНТЕІ МОН України
(№ 585 від 22 грудня 2022 р.)*

*Затверджено до друку рішенням Вченої ради
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
(протокол № 22 від 11.12.2023 р.).*

Редакційна колегія: **Л.М. Немець**, д. геогр. н., проф. (голова редакційної колегії); **П. Беднар**, PhD, доц.; **Н. Елізбарашвілі**, д. геогр. н., проф.; **Д. Карачоні**, PhD, наук. співроб.; **С.В. Костріков**, д. геогр. н., проф.; **К.В. Мезенцев**, д. геогр. н., проф.; **Ч. Морар**, PhD, доц.; **Г.П. Підгрушний**, д. геогр. н., ст. наук. співроб.; **К.Ю. Сегіда**, д. геогр. н., проф.; **Дж.В. Субірос**, PhD, проф.

Адреса редакційної колегії: Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 61022, м. Харків, майдан Свободи, 4, кафедра соціально-економічної географії і регіонознавства імені Костянтина Немця, к. 3-62, тел. +38(057) 707-52-74, e-mail: conference.region@gmail.com.

Регіон – 2023: стратегія оптимального розвитку: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 20 жовтня 2023 р.) / Гол. ред. колегії Л.М. Немець. – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2023. – 179 с.

Тексти представлено у авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст доповідей, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

Матеріали пройшли внутрішнє рецензування.

ISBN

© Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, оформлення, 2023

Афоніна О. Кримінальні аспекти демографічних процесів в регіоні (на прикладі Чернігівської області)	82
Бедрій Є., Бойко К., Ключко Л. Вплив радянської доби на формування харчових звичок населення	85
Гаврікова І., Кравченко К. До питання сучасного стану демографічної системи України: виклики та можливості	87
Добровольська Н., Скриль І. Актуальні дослідження топонімів Харківщини учнівською молоддю	90
Кандиба Ю., Мироненко К. Екскурсії та польові дослідження у навчанні географії в закладах середньої освіти	92
Кузишин А. Клієнтелізм та його прояви в організації регіональних та національних виборчих процесів в Україні	95
Поплавська І. Соціальна сфера як індикатор добробуту населення слабоурбанізованих регіонів	98
Родіонов В., Буданов В. Особливості суспільно-географічного дослідження інтелектуального потенціалу України	101
Савченко А. Роль історико-культурної спадщини у становленні та розвитку туризму в Україні	105

СЕКЦІЯ 4

МІСЬКИЙ РОЗВИТОК ТА МІСЬКА ПОЛІТИКА

Bubashvili L. Charting a Sustainable Future: Harnessing Tbilisi City's Tourism Potential via the Dighomi Floodplain Development Project and Ecoservices Integration	110
Венгрин Д. Урбанізація як чинник стійкого розвитку: особливості суспільно-географічного дослідження	115

Список використаних джерел:

1. Кобернік С.Г., Коваленко Р.Р., Скуратович О.Я. *Методика навчання географії в загальноосвітніх навчальних закладах: Навчально-методичний посібник / За ред. С.Г. Коберніка. Київ: Навч. книга, 2005. 319 с.*
2. Литвин В.О. *Методика використання краєзнавчого матеріалу на уроках географії та у позакласній роботі. Київ, 2021. 63 с.*
3. *Модельна навчальна програма «Географія. 6-9 класи» для закладів загальної середньої освіти (автори Запотоцький С.П., Карпюк Г.І., Гладковський Р.В., Довгань А.І., Сovenко В.В та ін.): Наказ Міністерства освіти і науки України від 12.07.2021 № 795 (у редакції від 11.04.2022 № 324). URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/Navchalni.prohramy/2021/14.07/Model.navch.prohr.5-9.klas.NUSH_poetap.z.2022/Prirod.osv.galuz/Neohrafiya/Neohrafiya.69%20kl.Zapototskyu.ta.in.06.05.22.pdf*
4. *Організація польових туристично-рекреаційних досліджень. URL: <https://kegt.rshu.edu.ua/images/dustan/metodol5.pdf>*

УДК 911.3:352:332.1 (477) + 328.14:334.75 (045)

КЛІЄНТЕЛІЗМ ТА ЙОГО ПРОЯВИ В ОРГАНІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ ТА НАЦІОНАЛЬНИХ ВИБОРЧИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

А. Кузишин

*Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка, Україна*

Ключовою тезою сучасних виборів повинна бути конкурентність. В узагальненому вигляді вона базується на зустрічних позиціях політичних сил щодо ключових рис організації життя населення країни. Зазвичай такими є збільшення витрат на освіту, заходи щодо збільшення тривалості життя, боротьба з корупцією, розширення доступності суспільних благ і підвищення рівня економічного зростання країни та її регіонів. Ці ключові постулати можуть мати певну інтерпретацію, але загалом саме навколо них формуються виборчі програми. Щоб збільшити свої шанси на перемогу досить часто партійні структури використовують клієнтські способи впливу для мобілізації підтримки виборців.

Хоча зв'язок між виборчою конкуренцією та різними типами клієнтелізму привертає все більше уваги впродовж останніх років, доступні джерела не дають чіткого уявлення про те, як конкуренція формує використання виборчого клієнтелізму там, де він присутній, але не всюдисущий, і як ці відносини можуть відрізнятися між політичними партіями. Впродовж Української незалежності в різних формах він знаходив своє відображення як на загальнонаціональних, так і на місцевих виборах, з роками набуваючи більш витончених та завуальованих форм.

Конкуренція за підтримку виборців дає партіям і їх лідерам суттєві стимули щодо застосування клієнтських стратегій під час виборчих кампаній [6].

За умови інституалізаційного послаблення демократії такі тренди зростають. Також вони корелюються з рівнем добробуту населення на регіональному рівні.

Аналіз опрацьованих джерел свіжить, що поняття клієтелізм та корупцію не можна ототожнювати. Оксфордський словник визначає корупцію як «нечесну та шахрайську поведінку тих, хто має владу, як правило, пов'язану з підкупом» [9]. В той час як клієтелізм розглядається як «розподіл переваг, спрямованих на окремих осіб або групи в обмін на підтримку на виборах» [8].

Виборчий клієтелізм є характерною рисою виборчих кампаній – але менш поширеною – політичні партії спрямовують ресурси, використані для передвиборчого розподілу клієтелізму, у регіони, де очікується, що результат виборів будуть близькими і як загальна стратегія мобілізації виборців у конкурентних і неконкурентних округах). Виборчий клієтелізм є умовною політичною стратегією, де доступ до розподілу вигод обмінюється в обмін на голоси або політичну підтримку під час виборів. Поява конкурентних виборів у багатьох країнах світу змінила характер клієтських відносин від купівлі підтримки еліти до набору стратегій, спрямованих на мобілізацію підтримки серед маси звичайних (і часто бідних) виборців. Звичайні клієтські стратегії являють собою спроби вплинути на партійний вибір людей, мобілізувати явку, платять людям за те, щоб вони утрималися або не брали участі у виборах взагалі [6].

Потенційний вплив клієтеризму у виборчому процесі різних каденцій незалежної України був важливим. Досить чітко за такими каденціями простежується залежності між ресурсами, якими володіють партії і затратами, які вони можуть собі дозволити, борючись за певну кількість голосів підтримки [1.2]. Ресурси нерівномірно розподіляються між партіями під час виборчих кампаній, і чинні або домінуючі партії, ймовірно, матимуть велику перевагу в цьому відношенні. Для вітчизняного процесу виборів клієтеризм досить яскраво відображається у впливах фінансово-промислових груп, які зазвичай ототожнюються з фінансово-олігархічними об'єднаннями [5]. За підрахунками аналітиків журналу «The Economist», у 2022 р. статки українських мільярдерів оцінювались в 11 % ВВП держави, 2/3 яких отримані за рахунок «дружби» з чиновниками у вигляді податкових пільг, купівлі держмайна за заниженими цінами, сумнівних тендерів і інших видів невинуватної прихильності з боку держави [4]. Зрозуміло, що в попередні виборчі каденції вони мали ресурси для впливів на електоральну активність та електоральну прихильність українських виборців.

На державному рівні в Україні є певні кроки щодо мінімізації клієтеризму. Для того, щоб зменшити вплив олігархів на політичну систему було запроваджено державне фінансування партій у 2015-2016 роках. За ці кошти партії мали б системно працювати, розвивати місцеві осередки, підвищувати рівень взаємодії з виборцями, проводити різноманітні дослідження і підвищувати якість законотворчої діяльності. Зважаючи на оприлюднену в періодичних виданнях інформацію, кроки досить правильні.

Але регіональні партії, які мають представництво в місцевих виборчих структурах, не мають такого суттєвого фінансового захисту, а тому часто

попадають під вплив місцевих та національних олігархічних структур та фінансових груп.

У конкурентних сферах такі партії можуть використовувати електоральний клієнтелізм як передвиборчий сигнал виборцям, які не впевнені щодо своєї діяльності. Отже, опозиційним партіям з обмеженими ресурсами та більшими проблемами із зобов'язаннями потрібно бути більш вибірковими у своїх стратегіях орієнтації на виборців. Це не означає, що домінуючі партії не спрямовуватимуть свої клієнтські зусилля. Швидше, енергійність, з якою електоральний клієнтелізм націлений на конкурентні сфери, зростатиме, оскільки доступні ресурси для брокерів і розподіл клієнтів зменшиться.

Запитувати респондентів про електоральний клієнтелізм є потенційно делікатною темою і неминуче піднімає питання упередженості соціальної бажаності.

Висновки. Для електорального процесу в Україні властива раціональна поведінка клієнтелізму, коли партії ретельно адаптують свої клієнтські стратегії відповідно до місцевого контексту. Водночас відзначимо, що виборча конкуренція є бажаною рисою всіх демократій.

Електоральний клієнтелізм може бути просто частиною еволюції виборчих практик. З кожною виборчою кампанією клієнтелізм має тенденцію до зменшення, що свідчить про завоювання довіри виборців шляхом формування більш програмної політики та «дорослішання» демократії в Україні. Електоральний клієнтелізм може бути частиною ширшої клієнтелістської рівноваги, де випадковий обмін позитивними (і негативними) спонуканнями становить постійну частину політики та виборчих кампаній для партій і виборців. З огляду на те, що клієнтська практика все ще поширена навіть у відносно розвинутих економіках, таких як Аргентина, Бразилія, Угорщина та Румунія і – як ми бачимо – в Україні, ймовірно, є постійною рисою демократичних виборів у країнах з різними рівнями економічного розвитку. Таким чином, заходи щодо зменшення клієнтелізму повинні стосуватися не лише матеріальних умов, що сприяють клієнтелізму, а й значно більше нормативних актів щодо партійних кампаній і фінансування під час виборів.

Список використаних джерел:

1. Кузишин А.В. *Регіональний вимір соціально-політичних процесів: теорія, методологія та практика суспільно-географічного дослідження. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора географічних наук за спеціальністю 11.00.02 – економічна та соціальна географія. Тернопіль, 2021. 40 с.*
2. Кузишин А. *Сучасні детермінанти геополітичного простору України: національний та європейський аспект. Наукові записки ТНПУ. Серія: Географія. Тернопіль: СМП «Тайп», 2022. № 1 (52). С. 102-112.*
3. Мамонтова Е.В., Ковальова О.О. *Клієнтелізм як політико-психологічний феномен. Актуальні проблеми політики. 2020. Вип. 66. С. 65-72.*
4. *Рейтинг Forbes: 20 найбагатших українців 2022 року // Forbes Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/ratings/4> (Дата звернення: 10.10.2023).*
5. Телешун Я.С. *Клієнтелізм як складова функціонування фінансово-політичних груп. Політичне життя. 2017. № 3. С. 79-83.*

6. Dawson S., Charron N. & Justesen M.K. (2023) *Electoral competition, political parties and clientelism: evidence from local elections in South Africa*, *Democratization*, 30:3, 479-500, DOI: [10.1080/13510347.2022.2155143](https://doi.org/10.1080/13510347.2022.2155143).
7. Kuzyshyn A., Poplavska I. *Peculiarities of Ukraine's population's political identity through the prism of results of electoral preferences*. *Journal of Geography, Politics and Society*. 2022, 12(S1), 34-43.
8. Larreguy H.A. *Monitoring Political Brokers: Evidence from Clientelistic Networks in Mexico (2012)*. *EPSA 2013 Annual General Conference Paper 655*, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2225027>
9. Oxford Dictionary Online, n.d., 11.10.2023. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/corruption?q=Corruption>.

УДК 911.3:61(477)

СОЦІАЛЬНА СФЕРА ЯК ІНДИКАТОР ДОБРОБУТУ НАСЕЛЕННЯ СЛАБОУРБАНІЗОВАНИХ РЕГІОНІВ

І. Поплавська

*Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка, Україна*

Просторове вирівнювання умов життя є одним із «класичних» напрямів соціальної географії, проте цивілізаційний розвиток висуває все нові вимоги до рівня життя і комфортності проживання, тому перед соціально-географічними (суспільно-географічними) дослідження постають все нові завдання в цій царині. Сьогодні серед вимог, яким має відповідати сучасне українське суспільство, слід назвати відповідність характеристик розвитку цілям сталого людського розвитку. Свої особливості такі дослідження мають в слабоурбанізованих регіонах.

Традиційно елементи соціальної сфери відзначаються локальним впливом та обмеженими операційними можливостями. Не зважаючи на різне функціональне призначення, їх загальна мета – визначити та задовольнити місцеві соціальні потреби. На жаль, трапляється так, що, незважаючи на велику мотивацію, багато потреб залишаються непоміченими або можуть бути не задоволені, оскільки суб'єкти мають обмежені ресурси або дуже спеціалізоване (або занадто розрізнене) застосування.

Ми розглядаємо об'єкти соціальної сфери слабоурбанізованих територій України як суб'єкти, які орієнтовані на вирішення соціальних проблем, задоволення соціальних потреб інноваційним способом, одночасно обслуговуючи загальні інтереси – тобто вони орієнтовані в першу чергу на соціальний вплив, а не на отримання прибутку. Загалом суб'єкти соціальної сфери саме в не урбанізованих територіях діють на основі та в поєднанні з місцевими коріннями (традиціями), користуючись перевагами спільного управління. Їх функціонування відзначається прямою кореляційною залежністю – зниження інтересу до їх пропозиції через зниження доходів суспільства та