

РОЗДІЛ IV

Регіональна економіка та економіка природокористування

УДК 332.12

Анастасія Алієва – аспірант кафедри міжнародних економічних відносин та управління проектами Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Наукові підходи до визначення сутності транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг

Розкрито соціально-економічний зміст туристично-рекреаційної послуги, подано авторське визначення сутності транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг. Висвітлено транскордонний ринок туристично-рекреаційних послуг як складну соціально-економічну систему.

Ключові слова: туризм, рекреація, туристично-рекреаційна послуга, транскордонний ринок, транскордонний ринок туристично-рекреаційних послуг.

Постановка наукової проблеми та її значення. Туристично-рекреаційна діяльність виступає дієвим засобом формування ринкового механізму господарювання в умовах міжнародної інтеграції, у тому числі транскордонного співробітництва. З огляду на бурхливий розвиток туристично-рекреаційного бізнесу – від екскурсійного, сільського до екстремального та іншого, – зростання експортно-імпортних операцій на ринку туристично-рекреаційних послуг, інтенсивний транскордонний рух туристів і рекреантів, важливого значення набуває вивчення питань формування та розвитку транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг як процесу, що характеризується складністю, відбувається в тісній взаємозалежності з іншими ринками. Це ініціює потребу теоретичного дослідження та розкриття наукових підходів до визначення сутності транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг.

Аналіз дослідження цієї проблеми. Значний внесок у дослідження проблем розвитку сфери туристично-рекреаційних послуг зробили такі зарубіжні вчені, як В. Азар, Дж. Боуен, Ю. Веденін, К. Каспар, К. Макаричева, Ф. Пірс та ін. Проблеми формування й розвитку регіональних туристично-рекреаційних утворень, до яких відносимо транскордонний ринок туристично-рекреаційних послуг, розкрито в працях вітчизняних і зарубіжних науковців: І. Балобанова, М. Гусєвої, М. Долішнього, В. Євдокименка, Н. Куніщевої, В. Кравціва, П. Луцишина, М. Мальської, В. Мамутова, Н. Мікули, А. Мокія, В. Павлова, І. Школи та ін.

Водночас комплекс науково-практичних проблем щодо визначення сутності транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг, залишається недостатньо дослідженим у зарубіжній і вітчизняній науковій літературі. Зокрема, досі не висвітлено питання посилення й підвищення ролі туристично-рекреаційної сфери в розвитку транскордонного співробітництва як одного з визначальних напрямів його розвитку.

Мета й завдання статті. Мета дослідження – розкриття наукових підходів до визначення сутності транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг. Це зумовило виконання таких завдань: схарактеризувати поняття «туристично-рекреаційна діяльність», «туристично-рекреаційна послуга»; висвітлити теоретичні підходи до визначення сутності терміна «транскордонний ринок»; розкрити змістову характеристику транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг;

визначити транскордонний ринок туристично-рекреаційних послуг як соціально-економічну систему тощо.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Висвітлення наукових підходів до дослідження сутності ринку туристично-рекреаційних послуг потребує вивчення дефініцій категоріального апарату, що супроводжує розкриття змісту поняття цього ринку. Традиційні підходи, за якими туризм і рекреація розглядаються науковцями в контексті їх розвитку як галузі (сектору) економіки чи просторово-територіального утворення (Ю. О. Веденін, Н. В. Коленда, В. Ф. Киф'як, О. С. Любіцева, Т. І. Ткаченко, С. К. Харічков, Л. М. Черчик, В. В. Шмагіна та ін.), практично вичерпали себе в сенсі конструктивного бачення перспектив їх розвитку й, зрештою, їх місії та завдань у подоланні складних суперечностей сучасного світу.

Н. А. Опанасюк визначає туризм і рекреацію як тимчасове подорожування людини за межі місця проживання задля пізнання, відпочинку, оздоровлення або з іншою метою [11]. Туризм – «багатостороннє явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та економічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, тісно поєднується з багатьма галузями економіки, що зумовлює його провідне місце в соціально-економічному житті країн і народів» [14]. Рекреація – це поняття, що охоплює всі види відпочинку, у тому числі санаторно-курортне лікування й туризм. Зазначимо, що у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі відсутнє одностайне визначення терміна «рекреація». Відповідно, немає єдиної думки щодо тлумачення основних категорій, пов'язаних із рекреаційною діяльністю. З одного боку, досі не розроблено єдиного міжнародного термінологічного стандарту з рекреаційної сфери, з іншого – в Україні відсутня єдина нормативно-правова база, у якій чітко визначено основні поняття, пов'язані з рекреацією. З третього боку, як зазначають А. Кусков, В. Голубева, Т. Одінцева, відзначають, що такі поняття, як рекреація, туризм, відпочинок, дозвілля й інші категорії, у реальних умовах складно розрізнити [8].

Аналіз підходів вітчизняних і зарубіжних учених до трактування понять «туризм» і «рекреація» дає підставу зробити висновок про «необхідність їх комплексного сприйняття як єдиної сфери, мета котрої полягає у відновленні та розвитку життєвих сил людини».

Туристична й рекреаційна види діяльності – це види господарської діяльності з організації туризму, екскурсій, дозвілля, відпочинку, курортно-профілактичного лікування, оздоровлення. У науковій літературі домінує диференційований підхід до трактування туристичної та рекреаційної діяльності.

Пропонуємо туристично-рекреаційну діяльність визначати як цілісний напрям діяльності з надання туристично-рекреаційних послуг, що «зорієнтований на відновлення фізичних і психічних сил населення, його духовне та культурне збагачення» [10, с. 33]. Зазначимо, що туристично-рекреаційна діяльність – специфічний вид підприємницької діяльності, спрямованої, насамперед, на надання туристично-рекреаційних послуг і якісного туристично-рекреаційного продукту.

На сьогодні невирішене питання щодо розмежування понять «туристична послуга», «туристичний продукт», «туристично-рекреаційна послуга», «туристично-рекреаційний продукт» [6, с. 105]. Туристично-рекреаційна послуга – це сегмент сфери послуг, що забезпечує задоволення потреб людей і реалізацію їхньої діяльності в процесі відпочинку, оздоровлення, подорожі, дозвілля. Це – комплексне поняття, оскільки включає в себе комплекс людських потреб. Стосовно туристично-рекреаційного продукту це сукупність речових (предметів споживання) і нематеріальних (у формі послуги) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста та рекреанта. Туристично-рекреаційний продукт охоплює туристично-рекреаційні послуги й туристично-рекреаційні товари [14]. Зауважимо, що на сучасному етапі розвитку науки не існує стандартного загальноновизнаного підходу до понять «туристично-рекреаційна послуга», «туристично-рекреаційний продукт» та інших близьких за суттю термінів.

Туристично-рекреаційні послуги виступають основним продуктом туристичної та рекреаційної діяльності та належать до сфери послуг, яка є складовою частиною економіки регіону, країни в цілому. Соціально-економічна сутність туристично-рекреаційної послуги пов'язана з людським капіталом, під яким розуміємо інтенсивний продуктивний чинник соціально-економічного розвитку країни, регіону. Особливість підприємств (фірм), що виробляють і надають туристично-рекреаційні послуги, на відміну від інших, полягає в тому, що їхня діяльність орієнтована на досягнення не лише економічного, а й соціального ефекту, суспільного блага тощо. Н. І. Ведмідь справедливо зазначає,

що санаторно-курортна й оздоровча послуги – це соціокультурна комплексна послуга з високим ступенем особистісної та соціальної цінності [2, с. 92–93]. На нашу думку, зміст туристично-рекреаційної послуги потрібно розкривати з огляду її соціокультурної компоненти та використанням комплексного підходу.

Ринок туристично-рекреаційних послуг – це місце прояву економічних відносин між виробниками й споживачами туристично-рекреаційного продукту. Ринок туристично-рекреаційних послуг пропонуємо розглядати як відкриту систему, що багатьма каналами (виробничо-технологічними, ресурсними, кадровими, інформаційними, фінансовими тощо) пов'язана з ринками вищих рангів (ринок послуг, транскордонний ринок, світовий ринок) та з господарським комплексом певної території, яка є соціально-економічною системою вищого порядку. Специфіка туристично-рекреаційної послуги обумовлює комплексуютьвальний характер туристичної й рекреаційної діяльності та забезпечує мультиплікаційний ефект, що дає змогу визначити зв'язки й міру інтегрованості туризму та рекреації в національну, транскордонну та світогосподарську системи.

У більшості робіт науковців у ході розкриття сутності транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг застосовано функціонально-цільовий підхід. Р. Кратінов зазначає, що, «не заперечуючи його безумовну корисність і продуктивність, слід зазначити, що застосування лише функціонально-цільового підходу не є цілком достатнім для повнішого об'єктивного обґрунтування складного процесу формування і подальшого функціонування регіональних туристично-рекреаційних комплексів, виявлення еволюційних особливостей та якісно нових можливостей, що досягаються при їх створенні» [7, с. 36].

Звернемо увагу, що ефективною методологічною основою дослідження транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг є використання системного підходу, який дає змогу, з одного боку, виявити його структуру та різноманітні внутрішні зв'язки, а з іншого – визначити чинники зовнішнього середовища, що впливають на його розвиток, а також характер цієї взаємодії. Принципи системного підходу дають підстави визначити транскордонний ринок туристично-рекреаційних послуг як соціально-економічну систему із вхідними й вихідними параметрами, яка входить до складу іншої системи – економіки транскордонного регіону [7, с. 36]. Отже, цільова функція транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг як системи полягає у виробленні та реалізації суспільно корисного продукту – туристично-рекреаційних послуг, що супроводжується отриманням соціально-економічного результату у вигляді прибутку від туристично-рекреаційної діяльності й створення робочих місць. Саме ці характеристики дають змогу визначити ринок туристично-рекреаційних послуг як соціально-економічну систему.

Н. А. Мікула, О. І. Пастернак, І. Р. Тимечко, М. О. Гусева зазначили, що «налагодження транскордонних економічних і господарських зв'язків приводить до появи економічної системи, що об'єднує в собі декілька суміжних регіональних ринків сусідніх держав – транскордонного ринку» [9, с. 17]. Учені визначили транскордонний ринок як «взаємопов'язані регіональні ринки товарів, послуг, капіталів, праці тощо в межах транскордонного регіону, яким користуються його населення та суб'єкти господарювання для задоволення власних потреб і потреб місцевих ринків. Головною передумовою формування транскордонного ринку є послаблення бар'єрної функції кордону та налагодження транскордонних зв'язків» [9, с. 18].

І. Р. Тимечко визначає транскордонний ринок «як форму господарства, де блага виробляються для обміну, а не для адміністративного перерозподілу чи власного споживання; як переплетіння мереж, під якими розуміють сукупність стійких зв'язків між учасниками ринку. Транскордонні ринки відрізняються структурою налагоджених зв'язків, ринковою нішою кожного учасника, його конкурентоспроможності і його ідентичністю, визначаються не тільки власними властивостями організації (формами власності, кваліфікацією робітників), скільки позиціонуванням останньої в мережах. Наприклад, приналежність кафе, ресторану до європейських мереж, які володіють певними знаками якості послуг і є передумовою включення цих підприємств у спільні міжнародні туристичні маршрути. Транскордонний ринок розглядається як сукупність інститутів, механізм реалізації власних відносин суб'єктами транскордонного ринку, набір культурних конструкцій, організаційне поле» [13].

За М. О. Гусевою, транскордонний ринок – це складна, цілісна трансрегіональна система економічних відносин суб'єктів, що перебувають по різні боки кордону, зокрема на суміжних

прикордонних територіях суміжних держав, структурно пов'язана з усіма регіональними ринками та орієнтована на задоволення потреб її учасників [3].

М. О. Гусева зазначила, що поняття транскордонного ринку можна розглядати як у вузькому, так і в широкому розумінні. Відповідно до першого, транскордонний ринок виступає формою економічного обміну, тобто впорядкованою структурою, що забезпечує ефективну взаємодію суб'єктів ринкових відносин – учасників транскордонних зв'язків.

«У широкому розумінні транскордонний ринок є певним способом організації економічного життя у межах транскордонного регіону. Характерними його ознаками є такі: особливості місця локалізації, межі ринку, унікальність (конкурентоспроможність) продукту або послуги, зона впливу продукту або послуги, формування економічної пропозиції під впливом динаміки цін та конкурентної боротьби по різні боки кордону в межах транскордонного регіону, щільність транскордонного простору (функціональних зв'язків між суб'єктами ринку), висока динамічність процесів, які відбуваються на транскордонному ринку» [3].

Процеси формування транскордонних ринків проходять поступово та поетапно в результаті транскордонних взаємодій їхніх учасників, а також унаслідок транскордонного співробітництва. Основна особливість транскордонного ринку, яка вирізняє його з-поміж інших, – це наявність кордону [4].

На нашу думку, транскордонний ринок туристично-рекреаційних послуг – це сукупність організаційно-економічних відносин між підприємствами туристичної й рекреаційної сфер, підприємствами, що забезпечують додаткові та супутні послуги прикордонних регіонів сусідніх країн й інституцій транскордонного об'єднання, що об'єднує національні регіональні ринки туристичних і рекреаційних послуг та продуктів (у тому числі спільних), із приводу формування, продажу й споживання туристичного та рекреаційного продукту, де задовольняється широкий спектр фізіологічних, матеріальних і духовних запитів туристів та релігійців.

Поняття транскордонного співробітництва в галузі туризму й рекреації можна визначити як установлення відносин між суб'єктами туристичної та рекреаційної діяльності, територіальними громадами, місцевими органами виконавчої влади, громадськими організаціями з відповідними інститутами інших держав і міжнародними організаціями щодо реалізації спільних рішень у галузі туризму й рекреації.

Особливістю транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг є більша кількість суб'єктів ринку, ніж на національному туристично-рекреаційному ринку, зокрема туристичних і рекреаційних підприємств суміжних регіонів двох сусідніх країн, туристів, релігійців та органів транскордонного співробітництва. Крім того, важливим компонентом транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг є пропозиція спільного туристичного й рекреаційного продукту, що об'єднує зусилля кількох сторін у просуванні цього продукту не лише на транскордонному ринку, а й на європейському та світовому ринках туристичних і рекреаційних послуг [5].

Для забезпечення ефективності транскордонних зв'язків у сфері туристично-рекреаційної діяльності важливо виділити основні етапи цього процесу: становлення міжрегіональних зв'язків; початкова економічна спеціалізація регіонів, посилення взаємодії; поглиблення спеціалізації, формування стійких економічних зв'язків і міжрегіональних соціально-економічних систем тощо. Зазначимо, що на різних етапах управлінські рішення набувають різнонаправленого стратегічного забарвлення. Для ефективної транскордонної співпраці в галузі туризму й рекреації важливо максимально забезпечити такий етап, як формування стійких економічних зв'язків і міжрегіональних соціально-економічних систем, реалізуючи найбільш масштабні програми та проекти, що вимагає значних фінансових та соціально-трудова затрат, проте в майбутньому дають змогу значно підвищити рівень конкурентоспроможності єврорегіонального туристичного й рекреаційного продукту [12].

Суб'єктами транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг виступають фізичні та юридичні особи, які виконують свою туристично-рекреаційну діяльність у транскордонному просторі, а саме в рамках суміжних прикордонних регіонів сусідніх держав. Це люди, туристи (релігійці), із їхніми мотивами до подорожей та оздоровлення, особистостями, потребами, доходами, соціальним станом тощо, які виконують функції споживачів туристично-рекреаційних послуг. Отже, суб'єктами транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг можуть бути власне мешканці суміжних прикордонних регіонів сусідніх держав, а також інші суб'єкти – туристичні підприємства (фірми), рекреатори, які є виробниками й постачальниками туристично-

рекреаційних послуг, а також роботодавцями, підприємцями та ін. Зазначимо, що суб'єкти транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг, як і будь-якого іншого транскордонного ринку, обов'язково розміщені (зареєстровані) по різні боки кордону та діють у транскордонному просторі.

Туристичні підприємства (фірми) займаються туроператорською, турагентською діяльністю. Рекреатори – це «суб'єкти господарювання, які отримали право займатися рекреаційною діяльністю в порядку, визначеному законодавством з метою, як правило, отримання прибутків чи виконання соціального замовлення на госпрозрахункових умовах» [1, с. 34].

Зазначимо, що до суб'єктів транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг відносять також іншу категорію осіб, яка не перетинає кордону для того, щоб отримати або реалізувати туристично-рекреаційну послугу. Це – суб'єкти, які розміщені (проживають або зареєстровані) «поза межами транскордонного простору (скажімо, у центральних регіонах держави), але приїжджають у прикордоння для того, щоб скористатися перевагами саме транскордонного ринку» [3], туристично-рекреаційні послуги якого не представлені в інших регіонах держави.

Об'єкт транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг – це така впорядкована єдність елементів, заходів, процесів, результатом якої є сукупність послуг, що виробляються внаслідок туристично-рекреаційної діяльності, що спроможна задовольнити різноманітні потреби споживача.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Важливим чинником розвитку ринку туристично-рекреаційних послуг виступає транскордонне співробітництво, в умовах якого активізується співпраця туристичних і рекреаційних організацій між країнами, обмін туристично-рекреаційною інформацією. Унаслідок цього формується та розвивається транскордонний ринок туристично-рекреаційних послуг. Заслуговує на увагу питання вивчення особливостей розвитку транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг в умовах європейської інтеграції, що розглядається нами як співпраця в туристично-рекреаційній діяльності в межах єврорегіонального співробітництва.

Джерела та література

1. Бобкова А. Г. Правове забезпечення рекреаційної діяльності : автореф. дис. ... д-ра юрид. наук / А. Г. Бобкова. – К., 2001. – 54 с.
2. Ведмідь Н. І. Функціонально-цільове наповнення санаторно-курортної та оздоровчої послуги в ієрархії потреб / Н. І. Ведмідь // Економічний часопис. – 2013. – №1/2. – С. 91–94.
3. Гусева М. О. Формування транскордонного ринку як особливої економічної системи прикордонного регіону [Електронний ресурс] / М. О. Гусева. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/29_DWS_2012/Economics/13_120439.doc.htm
4. Гусева М. О. Класифікація транскордонних ринків та їх характерні особливості / Н. А. Мікула, М. О. Гусева // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: регіоналізація та інтеграція в умовах суспільних трансформацій : [зб. наук. пр.] / НАН України. Ін-т регіональних досліджень ; редкол. : Є. І. Бойко (відп. ред.). – Львів, 2011. – Вип. 1 (87).
5. Заячківська Г. А. Міжкультурний маркетинг у туризмі / Г. А. Заячківська // Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика : матеріали XV Міжнар. наук.-практ. конф. (26–27 трав. 2010 р.). – Луцьк, 2010. – С. 359–360.
6. Коросташивець Ю. Спільні та відмінні риси понять «туристична послуга» та «туристичний продукт» за законодавством України та інших держав / Ю. Коросташивець // Підприємництво, госп-во і право. – 2010. – №7. – С. 105–108.
7. Кратінов Р. О. Теоретико-методологічні засади формування регіонального рекреаційно-туристичного комплексу / Р. О. Кратінов // Регіональна економіка. – 2009. – № 3. – С. 36–43.
8. Кусков А. С. Рекреационная география : учеб.-метод. комплекс / А. С. Кусков, Т. Н. Одинцова. – М. : Флинта МПСИ, 2005. – 495 с.
9. Концептуальні підходи до дослідження кон'юнктури транскордонного ринку / Н. А. Мікула, О. І. Пастернак, І. Р. Тимечко, М. О. Гусева // Регіональна економіка. – 2010. – № 2. – С. 17–22.
10. Новикова В. І. Рекреаційні послуги: класифікація та розвиток у Черкаській області / В. І. Новикова // Укр. геогр. журн. – 2009. – № 4. – С. 33–39.
11. Опанасюк Н. А. Конституційно-правові основи туризму в Україні : автореф. дис. ... канд. юрид. наук / Н. А. Опанасюк. – К., 2005. – 35 с.
12. Павліха Н. В. Розвиток транскордонного співробітництва в контексті просторового облаштування прилеглих територій / Н. В. Павліха // Проблеми європейської інтеграції і транскордонного співробітництва : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (Луцьк, 29–30 верес. 2005 р.). – Луцьк : РВВ «Вежа» ВНУ ім. Лесі Українки, 2005. – С. 35–41.

13. Тимечко І. Р. Концептуальні підходи у дослідженні взаємодії членів територіальних громад на транскордонних ринках / І. Р. Тимечко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2014. – Вип. 122 (ч. 1). – С. 148–156.
14. Федорченко В. К. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. – К., 2006. – С. 264.

Анастасія Алиева. Научные подходы к определению сущности трансграничного рынка туристско-рекреационных услуг. Выявлено, что комплекс научно-практических проблем, связанных с определением сущности трансграничного рынка туристско-рекреационных услуг, остается недостаточно исследованным в зарубежной и отечественной научной литературе. Раскрыто социально-экономическое содержание туристско-рекреационной услуги, авторское определение сущности трансграничного рынка туристско-рекреационных услуг. Эффективной методологической основой исследования трансграничного рынка туристско-рекреационных услуг определено использование системного подхода, принципы которого позволили раскрыть сущность трансграничного рынка туристско-рекреационных услуг как социально-экономической системы с входными и выходными параметрами, которая входит в состав другой системы – экономики трансграничного региона. Определены субъекты и объекты трансграничного рынка туристско-рекреационных услуг как сложной социально-экономической системы.

Ключевые слова: туризм, рекреация, туристско-рекреационная услуга, трансграничный рынок, трансграничный рынок туристско-рекреационных услуг.

Alieva Anastasiia. Scientific Approaches to Defining the Essence of Cross-border Market Tourist and Recreational Services. It was revealed, that the complex of scientific and practical problems are related to the definition of cross-border nature of the market of tourist and recreational services and remains under-researched in the foreign and domestic scientific literature. There is also reveals the social economic content of tourist and recreational services, cross-border nature of the author's definition of the market of tourist and recreational services. It is very important and effective to use a systematic approach for exploration of cross-border market of tourist and recreational services. These principles will reveal the essence of cross-border market of tourist and recreational services as a major social and economic system with different parameters, what is the part of another system – the cross-border region economy. Defined subjects and objects of cross-border market tourist and recreational services as a complex socio-economic system. Subjects and objects of cross-border market of tourist and recreational services are described as a complex of socio-economic system.

Key words: tourism, recreation, tourism and recreational services, cross-border market, cross-border market of tourist and recreational services.

УДК 332.2

Олена Стрішенець – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки природокористування та економічної теорії Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки;

Леонід Льїн – доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри туризму та готельного господарства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки;

Костянтин Павлов – кандидат економічних наук, доцент, докторант кафедри міжнародних економічних відносин та управління проектами Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Засади ефективного землекористування Волинської та Рівненської областей: регіональний аспект

У статті проаналізовано структуру земельного фонду України. Досліджено стан земельних відносин і землекористування Рівненської та Волинської областей. Окреслено чималу кількість проблем землекористування зазначених областей. Запропоновано напрями їх екологізації для забезпечення сталого землекористування.

Ключові слова: деградація, земля сільськогосподарського та несільськогосподарського призначення, нормативно-грошова оцінка землі, земельний фонд, екологізація землекористування, консервація земель.