

ОЦІНКА ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ І ТЕРИТОРІЙ СТОЛИЧНОГО РЕГІОНУ

В статті розглянута необхідність об'єктивної оцінки туристичної атрактивності об'єктів, та запропонована методика бальної оцінки. Автором визначено та проаналізовано рівень туристичної привабливості ряду об'єктів Київської та Житомирської областей Столичного регіону, та запропоновано шляхи підвищення туристичної привабливості об'єктів.

Ключові слова: туристична привабливість, методи оцінки туристичної привабливості, туристичні об'єкти Київської області, Житомирської області

В статье рассмотрена необходимость объективной оценки туристической атрактивности объектов, и предложена методика балльной оценки. Автором определено и проанализировано уровень туристической привлекательности ряда объектов Киевской и Житомирской областей Столичного региона, и предложены пути повышения туристической привлекательности объектов.

Ключевые слова: туристическая привлекательность, методы оценки туристической привлекательности, туристические объекты Киевской области, Житомирской области.

The necessity of estimation of tourist attractiveness was analyzed. The methods of estimation of attractiveness of tourist objects were shown, and results of estimation of attractiveness Kyiv region and Zhitomyr region were given.

Keywords: tourist attractiveness, the methods of estimation of tourist attractiveness, touristic objects of Kyiv region, Zhytomyr region

Актуальність дослідження. З розвитком туристичної галузі на ринку туристичних послуг України з'являється більше пропозицій для туристів, які бажають відпочити в межах України. З розширенням асортименту пропозиції туристичного продукту, зростає здорова конкуренція не лише серед туристичних фірм, а й серед туристичних дестинацій, які можуть реалізувати комплексний туристичний продукт на ринку. Все це в перспективі сприятиме підвищенню якості обслуговування, урізноманітненню пропозиції на ринку, покращенню інфраструктури, відновленню та збереженню туристичних об'єктів.

В міжнародній практиці виділяються так звані 5А - accessibility, attraction, amenity, action, ambience. Доступність, привабливість, зручність, подієвість, оточення визначають вибір туристами певної дестинації.

Туристична привабливість – властивість об'єкту, що характеризує його здатність сприяти задоволенню мотиваційних потреб туриста (рекреаційних, пізнавальних, розважальних, спортивних та ін.). Залежно від пріоритетних потреб конкретного туриста, той самий туристичний об'єкт різними туристами може оцінюватись і як непривабливий, і як надзвичайно атрактивний.

Україна має величезний потенціал у розвитку туризму внутрішнього та в'їзного туризму. Проте для реального розвитку галузі бракує чіткої та об'єктивної інформації щодо туристичного продукту, який пропонує

Україна на внутрішньому та міжнародному ринку, а також інформації щодо туристичних ресурсів, якими володіє держава. Отже, постає необхідність у оцінці туристичних об'єктів з метою представлення об'єктивної інформації, захисту та збереження, популяризації об'єктів.

Аналіз останніх джерел та публікацій. На сьогодні існує чимало критеріїв оцінювання привабливості територій та об'єктів. Так, наприклад, естетичні ресурси ландшафтів досліджували Ерингіс К.І., Будрюнас А.-Р.А., Гродзинський М.Д., Савицька О.В., у роботах Бейдика О.О., Копач М.В., Кузик С.П. досліджуються культурно-історичні ресурси. Існує багато методів різносторонніх оцінок привабливості туристичних об'єктів.

Оцінюючи туристичну привабливість, слід враховувати комплексність оцінки територій та об'єктів, як з точки зору культурної, так і з точки зору природної цінності. У всіх критеріях – як запропонованими ЮНЕСКО, так і національних критеріях – для природних та культурно-історичних об'єктів, спільним критерієм є унікальність, неповторність і цінність об'єкту (природна чи культурно-історична). Статус Об'єкта Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО (так само як і статус об'єкта Національного культурного надбання) підвищує престиж території та закладів, що ними управляють, сприяє популяризації об'єктів, тобто вже виражає собою високу оцінку привабливості території. При урахуванні привабливості об'єкту слід враховувати це як фактор визнання об'єкту, додатковий компонент привабливості. Для універсальної оцінки атрактивності туристичних об'єктів в цілому, була запроваджена та апробована комплексна експертна бальна оцінка привабливості об'єктів, яка визначає інтегральний показник атрактивності. Використана бальна методика оцінки культурно-історичної привабливості туристичних об'єктів включала оцінку компонентів пам'яток історії та культури, архітектурних пам'яток, пам'яток мистецтва, етнографічних пам'яток та пам'яток народної творчості та обчислювалась за формулою:

$$A = \sum_{i=1}^1 P_i + \sum_{i=1}^1 T_i + \sum_{i=1}^1 S_i$$

де: А - інтегральний показник пізнавальної цінності ІКТР окремого об'єкта, території;

P_i - компоненти пам'яток історії та культури;

T_i - компоненти архітектурних пам'яток;

S_i - компоненти пам'яток мистецтва;

Сумарна бальна оцінка привабливості туристичного об'єкту визначається за формулою:

$$R = A + E + F$$

де R – сумарна бальна оцінка туристичної привабливості

А - інтегральний показник пізнавальної цінності історико-культурних туристичних ресурсів окремого об'єкта, території;

Е - інтегральний показник естетичної цінності ландшафту;

F – показник визнання об'єкта.

Таким чином, в інтегральній оцінці туристичної привабливості враховується оцінка природних ресурсів, культурно-історичних ресурсів, унікальність об'єкту та його визнання.

Для зручності оцінювання (співставлення і порівняння оціночних параметрів) важливо ввести поняття «коефіцієнта туристичної привабливості» (K_r), який дорівнює відношенню суми отриманих балів оцінки окремого поселення, місцевості до максимально можливої кількості балів, яка наведена в шкалі оцінок:

$$K_r = \frac{R}{R_{\max}}$$

де: R - сума балів туристичної цінності ресурсів окремого об'єкта (території);

$R_{\max}$ - максимально можлива сума балів за шкалою бальної системи оцінок.

Виходячи із значення K_r , можна визначити наступні рівні привабливості туристичних об'єктів (територій): 0,86-1,00 – унікальні, 0,65-0,85 – високоатрактивні, 0,45-0,64 – середньоатрактивні, 0,25-0,44 – малоатрактивні, менше 0,25 - неатрактивні [1.] За результатами досліджень обраних об'єктів Київської та Житомирської областей можна дійти до висновку, що переважно оцінка ресурсів цих областей коливається в межах середньоатрактивних та малоатрактивних. (див. Рис.1)

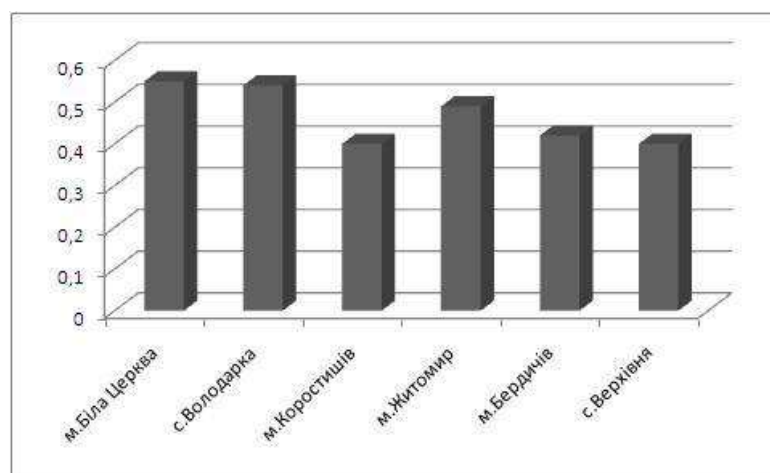


Рис.1. Бальна оцінка туристичної привабливості Житомирської та Київської обл.

Невисокий рівень туристичної привабливості об'єктів обраних областей підтверджуються статистикою туристичних потоків. Питома вага обраних регіонів за кількістю туристів та екскурсантів є вкрай низькою (Рис. 2).

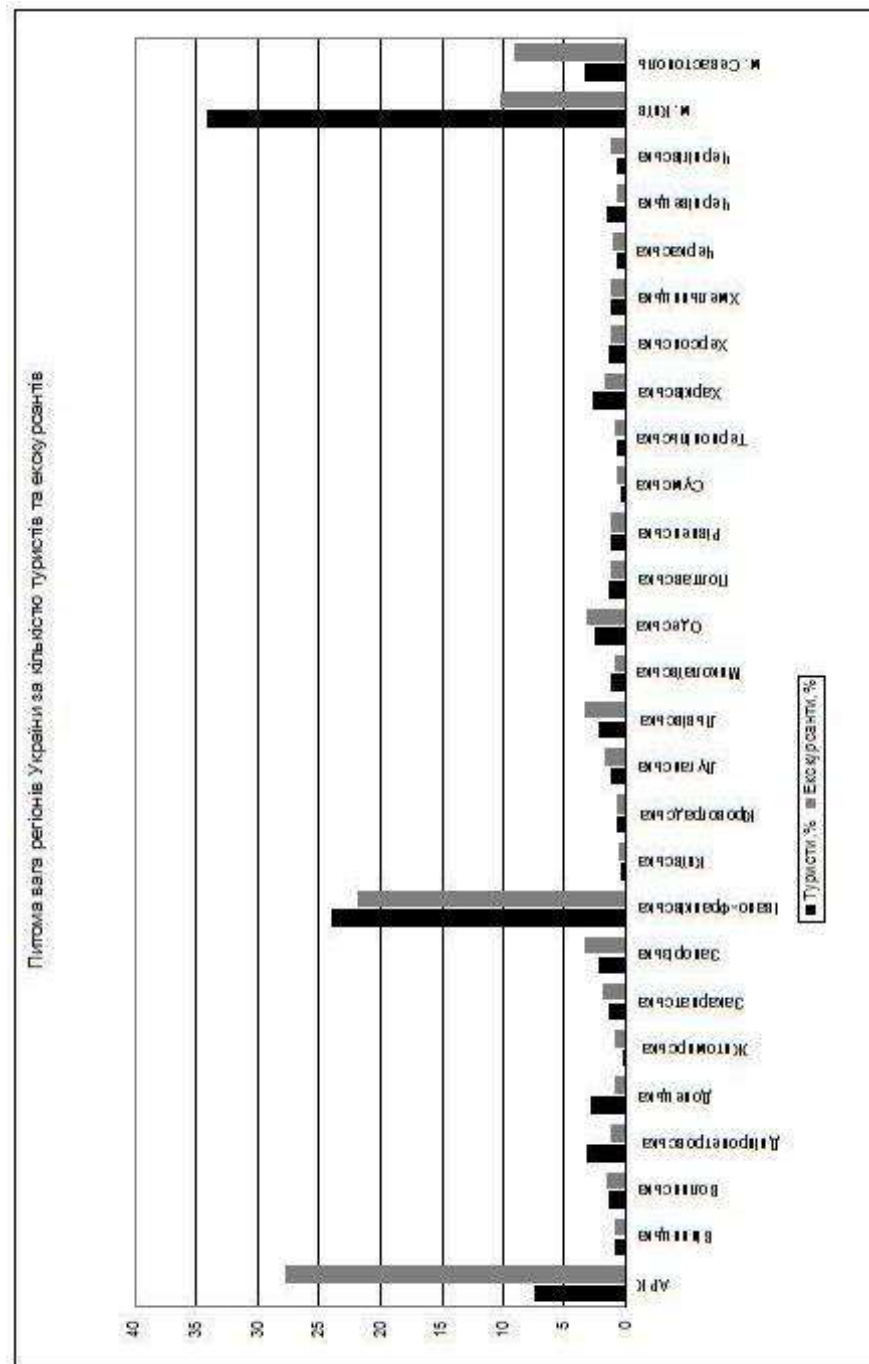


Рис. 2. Питома вага регіонів України за кількістю туристів та екскурсантів (за даними Держслужби туризму і курортів)

Аналізуючи результати оцінки привабливості обраних destinations, можна визначити ряд факторів невисокої привабливості обраних точок. Одним з факторів, що зменшують туристичну привабливість, є недостатня збереженість більшості об'єктів огляду, несвоєчасна реконструкція та недостатній інформаційний супровід об'єктів.

Також на загальну оцінку destinations впливають інші фактори. Важливими для вибору об'єкта та його загального сприйняття є також його доступність, як територіальна, так і цінова, інформаційна та часова, комфортність перебування безпосередньо в точці та зручність під час

переїзду з одного пункту до іншого, наявність певних розваг та подій, та загальна атмосфера дестинації.

Обрані точки інтересу в Житомирській та Київській областях розташовані не компактно, тому співвідношення часу на огляд та часу, необхідного щоб дістатися об'єкту, не сприяють формуванню високої зацікавленості. Позитивним з точки зору доступності можна вважати невисоку цінову складову. Невисоку популярність об'єктів також формує мала інформаційна доступність – об'єкти не відомі більшості туристів, відсутній інформаційно доступний якісний туристичний продукт, що пропонував би відвідати обрані об'єкти.

Обрані області входять до складу Столичного економічного регіону. Наявність поруч із обраними дестинаціями крупних та відомих туристичних центрів м.Київ та м.Чернігів, які значною мірою відтягують на себе туристичні потоки, не сприяє формуванню легких умов для активного самовільного потоку туристів. Для того, щоб вийти на конкурентоспроможний рівень, слід докладати певних зусиль як у розвитку інфраструктури, якості обслуговування, забезпеченні збереженості та привабливості наявних об'єктів, так і у формуванні цікавого унікального туристичного продукту, який би вирізнявся серед інших запропонованих на внутрішньому ринку туристичних послуг.

Для підвищення туристичної конкурентоспроможності регіону слід:

- об'єднати зусилля суб'єктам туристичного бізнесу в межах регіону;
- посилити взаємодію між державою та приватним сектором;
- оцінити весь ресурсний потенціал регіону;
- провести паспортизацію РТР;
- створити туристичну спеціалізацію областей виходячи з особливості їх РТР;
- розробити механізм управління туристичними потоками;
- налагодити комунікаційну систему інформування туристів;
- запровадити систему виховання у туристів екологізації мислення

Невисока якість інфраструктури довкола об'єктів формує в більшості випадків загальну невисоку комфортність перебування, а в цілому атмосфера в обраних точках, сформована комплексністю сприйняття самої подорожі, цікавістю об'єктів, рівнем інфраструктури демонструє позитивне сприйняття потенціалу територій. Розвиток території довкола пам'яток, поліпшення інфраструктури, формування комплексного туристичного продукту та широка інформаційна кампанія сприяла б покращенню сприйняття територій та загальному підвищенню рівня привабливості областей серед туристів.

1. Кравців В.С., Гринів Л.С., Копач М.В., Кузик С.П.. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери. Наукове видання. - Львів: НАН України. - ІРД НАН України. - 1999. - 78 с.
2. Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices\\UNEP, University of Oxford, UNWTO, WMO, – 2008.