

Методика суспільно-географічного оцінювання сформованості туристичних дестинацій

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, г.Київ
e-mail: July.glibova@gmail.com

Анотація. У ході дослідження було апробовано 3 підходи до оцінювання сформованості туристичних дестинацій України: на основі статистичних даних, анкетування та гео інформаційних технологій. Методика побудована на визначенні передумов розвитку туризму, оцінці ресурсів та інфраструктури.

Ключові слова: дестинація, туризм, сформованість.

Вступ

Актуальність теми полягає в тому, що туристична дестинація стає визначальною одиницею туристично-рекреаційного комплексу. У своєму дослідженні я застосовую різні методики для оцінки рівня сформованості туристичних дестинацій. Визначення основних чинників сформованості дестинацій дає можливість створювати в майбутньому моделі прогнозування їх розвитку.

Мета дослідження – визначити та проаналізувати рівень сформованості міста як туристичної дестинації, розробити типологію туристичних дестинацій України.

Об'єктом дослідження є туристичні дестинації.

Предмет дослідження - оцінка сформованості туристичних дестинацій.

Слово "дестинація" у перекладі з англійської означає "місце знаходження; місце призначення". Термін "туристична дестинація" був введений Лейпером в середині 1980-х рр. Зараз дестинація – це географічна територія, що має певні межі, яка може залучати і задовольняти потреби досить широкої групи туристів [1, с.35].

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що в науковій та практичній літературі, яка стосується сфери туризму, немає єдиного підходу до визначення сутності дестинації, тому є розбіжності в обґрунтуванні її функцій, складових елементів і призначення. Зокрема, проблемами визначення дестинації як ключової детермінанти сучасної сфери туризму займалися Р. Батлер, В.С. Боголюбов, О. Йоргенсен, О.Д. Коль, Н. Купер, Н. Лейпер, Є.К. Макаричева, В. Матіссон, Х. Мантенер Монтехано, М.А. Морозов, С.С. Ніколаєв, Ф. Пірс, Т.В. Румянцева, Д. Суоррук, Т.І. Ткаченко, Д. Флетчер, Н. Шмолл та ін.

На основі аналізу та узагальнення різних наукових поглядів на сутність туристичної дестинації Т.І. Ткаченко дала їй визначення як фізико-географічної території (мається на увазі місто, регіон, район, місцевість, місце, об'єкт), що має туристично-рекреаційні ресурси (унікальні або специфічні), які є привабливими для подорожан, доступними завдяки наявності необхідної інфраструктури (зручності, послуги), доведені до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій (наявність логотипу, торгової марки тощо) в системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання [5, с. 173].

Більшість іноземних досліджень дестинацій зводилися до вивчення взаємозв'язку між ставленням до місця і його перевагами як туристичної дестинації [13]. У сучасних зарубіжних дослідженнях вивчення дестинацій тісно пов'язане з брендингом та геомаркетингом.

У той же час в наукових роботах перерахованих вище авторів недостатня увага приділяється кількісним методам оцінки рівня сформованості туристичних дестинацій.

Матеріали і методи

У даному дослідженні оцінювалась сформованість туристичних дестинацій України за 3 різними методиками. У попередніх досліджених об'єктах визначення сформованості дестинацій були обласні центри України. За результатами анкетування виявилися нові туристичні дестинації, які не були досліджені раніше. І поряд з тим виявилось, що деякі адміністративні центри не представляють значний інтерес для потенційних споживачів.

У дослідженні було здійснено визначення рівня сформованості туристичних дестинацій за статистичними даними. У процесі дослідження дестинацій розроблено шкалу оцінки сформованості дестинації, виділено ознаки сформованості та згруповано їх у 5 блоків, що визначають сформованість туристичного центру. Це наступні блоки: значення і статус міста, екологічна ситуація, економічний потенціал, привабливість туристичних ресурсів, розвиток туристичної інфраструктури. Кожен з цих блоків включає показники за якими оцінюється дестинація. Усі показники блоку переводяться за

шкалою у бали методом статистичного групування, а потім сумуються. Кожен кількісний та якісний показник переводиться в бали від 0 до 3.

Значення і статус міста.

Даний блок включає наступні категорії: адміністративне підпорядкування міста, кількість населення; наявність програми розвитку туризму; транспортна доступність; наявність бренду міста [3,4,7]. Найвищий результат мають міста Київ, Львів, Одеса, Харків, Донецьк. Середній результат характерний для таких міст як Севастополь, Чернівці, Кам'янець-Подільський, Чернігів, Луцьк, Феодосія, Ужгород, Івано-Франківськ. Ялта, Коктебель, Судак, Мукачеве, Алушта, Євпаторія, Бахчисарай мають найнижчий результат.

Екологічна ситуація.

Даний блок включає наступні параметри: екологічна оцінка стану повітря та ґрунтів, площа зелених насаджень на 1 жителя [2]. Підсумувавши кількість балів, що отримало місто по кожній категорії маємо 3 групи міст блоку «Екологічна ситуація». Найвищий результат отримало місто Мукачеве. Середній результат - Київ, Ялта, Севастополь, Чернівці, Кам'янець-Подільський, Коктебель, Чернігів, Ужгород, Судак, Івано-Франківськ, Алушта, Євпаторія, Бахчисарай. Найнижчий результат - Львів, Одеса, Харків, Донецьк, Луцьк, Феодосія.

Економічний потенціал.

Даний блок включає наступні показники: середня заробітна плата; бюджет міста на 1 жителя; рівень безробіття [3,4]. Підсумувавши кількість балів по кожній категорії отримали наступні загальні групи по блоку «Економічний потенціал»: найвищий результат – Київ, Донецьк; середній результат – Львів, Одеса, Ялта, Севастополь, Харків, Чернівці, Коктебель, Чернігів, Луцьк, Феодосія, Ужгород, Судак, Івано-Франківськ; найнижчий результат – Кам'янець-Подільський, Мукачеве, Алушта, Євпаторія, Бахчисарай.

Привабливість туристичних ресурсів.

Цей блок включає такі показники як кількість пам'яток містобудування та архітектури, історії, монументального мистецтва національного значення; кількість історико-культурних заповідників; кількість пам'яток Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО; кількість природно-заповідних об'єктів загальнодержавного значення; наявність курортів національного значення; кількість відомих літературних, музичних, кінематографічних джерел, які зображують місто; кількість відомих людей, пов'язаних з містом; кількість видатних історичних подій, пов'язаних з містом; кількість міжнародних та Всеукраїнських культурно-мистецьких заходів [6,8, 9,10,14]. Групування міст за блоком «Привабливість туристичних ресурсів» наступне: найкращий результат у Києва та Львова, середній мають Одеса, Ялта, Севастополь; найнижчий – Харків, Донецьк, Чернівці, Кам'янець-Подільський, Коктебель, Чернігів, Луцьк, Феодосія, Ужгород, Судак, Івано-Франківськ, Мукачеве, Алушта, Євпаторія, Бахчисарай.

Розвиток туристичної інфраструктури.

Цей блок включає наступні категорії: кількість готелів; закладів харчування; закладів дозвілля на 10 тис. жителів [4]. Результати групування міст у блоці «Розвиток туристичної інфраструктури»: найвищий результат – Коктебель; Середній результат – Алушта; Найнижчий результат – Київ, Львів, Одесу, Ялта, Севастополь, Харків, Донецьк, Чернівці, Кам'янець-Подільський, Чернігів, Луцьк, Феодосія, Ужгород, Судак, Івано-Франківськ, Мукачеве, Євпаторія, Бахчисарай.

Бали по всіх блоках були сумовані. Таким чином можна виокремити рейтинг туристичних дестинацій. Отже, за результатами даного дослідження місто Київ має найвищий рівень сформованості серед усіх українських туристичних дестинацій. До того ж сумарна кількість балів в Києва набагато вища, ніж в усіх інших містах. З різницею в один бал високий рівень сформованості мають міста Львів, Одеса, Ялта. Севастополь, Харків та Донецьк також наближаються до них. Середній рівень сформованості мають також Чернівці, Кам'янець-Подільський та містечко Коктебель.

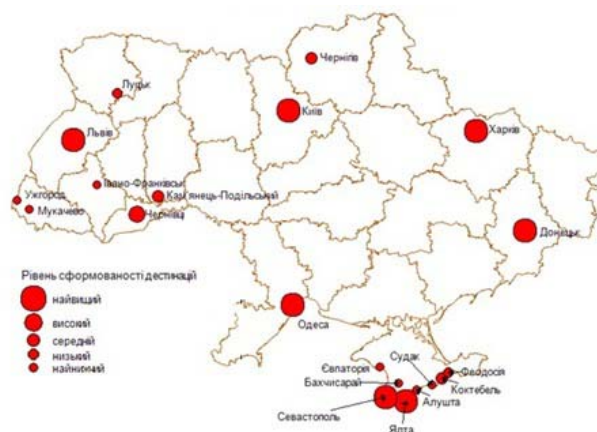


Рис. 1. Рівень сформованості туристичних дестинацій за статистичними даними

В основі застосування наступної методики лежить проведення анкетування. Загальна кількість респондентів – 183.

Респонденти мали вибрати 3 найпривабливіші на їх думку туристичні destinations у порядку спадання привабливості й вказати, що саме для них є вирішальними факторами при обранні тієї чи іншої destinations. За всі відмічені фактори першому туристичному центру нараховувалося 3 бали, другому – 2, третьому – 1. Далі бали для кожного міста сумуються і отримується загальний результат рівня сформованості.

Згідно з результатами анкетування найвищий рівень сформованості як туристичні destinations мають міста Львів, Київ. Дуже високий рівень сформованості притаманний Одесі. Високий рівень мають Чернівці, Севастополь, Ялта, Кам'янець-Подільський. До середнього рівня сформованості відносяться Ужгород, Харків, Євпаторія, Бахчисарай, Судак, Коктебель. Мукачеве, Івано-Франківськ, Луцьк, Буковель, Чернігів, Донецьк мають рівень сформованості нижче середнього.



Рис. 2. Рівень сформованості туристичних destinations за результатами анкетування

Наступним етапом дослідження було виявлення сформованості міст як туристичних destinations за допомогою кількості пошукових запитів у пошуковій системі Google. Це можливо здійснити за допомогою програми Google Adwords, яка за ключовими словами виявляє кількість запитів. Я вводила назву міста, вибирала категорію «Подорожі та туризм». За цільовий регіон була взята вся територія України. Тобто враховуються тільки пошукові запити, що надійшли з України. Програма показує кількість пошукових запитів по певному місту за місяць [11, 12].

На кількість пошукових запитів не може не впливати кількість населення міст, що досліджуються. Адже багато пошукових запитів здійснюються мешканцями населених пунктів, інформацію про які вони шукають. Тому необхідно ввести показник співвідношення кількості пошукових запитів і кількості населення міста. Даний показник показує наскільки спеціалізованим є місто для здійснення туристичної діяльності.

У результаті найбільше пошукових запитів стосуються Києва – 22,6 млн. пошукових запитів за місяць. З відставанням ідуть Львів, Одеса, Харків. Потім Донецьк. Усі інші туристичні центри мають менше, ніж 1 млн. пошукових запитів за місяць. Найнижчі показники у Бахчисарая, Кам'янець-Подільського та Коктебелю.

Враховуючи співвідношення кількості запитів та кількості населення найбільш сформованими спеціалізованими туристичними destinations є міста Коктебель (коефіцієнт 26), Львів (9), Судак (9), Київ (8). Середні показники мають міста: Одеса, Харків, Луцьк, Ужгород, Євпаторія, Мукачеве, Алушта. Найгірший показник у Кам'янець-Подільського. Кількість жителів цього міста більша, ніж кількість пошукових запитів [11].

Результати і обговорення

Урахування оцінок рівнів сформованості туристичних destinations за різними методиками дозволяє синтезувати отримані дані. Таким чином по кожному з даних досліджень можна скласти рейтинг туристичних destinations. Чим нижче місце destinations в рейтингу, тим нижчий бал вона отримує. Сумуючи результати всіх 3 рейтингів отримуємо загальний результат сформованості туристичних destinations. Це дає можливість групувати всі туристичні destinations за кількісними даними.

Таким чином destinations найвищого рівня сформованості є Львів, Київ, Одеса. Повністю такий же розподіл підтверджує й методика оцінки рівня сформованості за результатами анкетування. Destinations середнього рівня сформованості є Коктебель, Ялта, Харків, Севастополь, Чернівці, Судак, Донецьк. Destinations найнижчого рівня сформованості є Кам'янець-Подільський, Ужгород, Євпаторія, Луцьк, Алушта, Феодосія, Чернігів, Мукачеве, Івано-Франківськ та Бахчисарай.



Рис.3. Рівень сформованості туристичних дестинацій за пошуковими запитами



Рис.4. Рівень сформованості туристичних дестинацій

Проведене дослідження дозволяє порівняти результати, отримані за допомогою різних методик оцінки рівня сформованості туристичних дестинацій. Вони перевіряють і доповнюють одна одну. Таким чином створюється комплексна оцінка рівня сформованості туристичних дестинацій України. Це допомагає виявити слабкі та сильні сторони туристичних дестинацій, проаналізувати сприйняття та популярність їх серед українських туристів. Застосування методик оцінки рівня сформованості дозволяє як порівнювати, групувати дестинації, так і детально аналізувати кожну окремо. Отже, туристичні дестинації виступають своєрідним геопросторовим каркасом туристичного ринку. Результати дослідження можна застосовувати як складову геомаркетингу з просування місць.

Література

1. Боголюбов В. С. Экономика туризма / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская – М. : Академия, 2005. – 192 с.
2. Екологічна ситуація та стан питних вод України. Генеральна схема планування території України. Карту підготували : Д. О. Ляшенко, С. В. Разметаєв. – УДНДІ «УКРВОДГЕО», 2006.
3. Михеева В. С. Математические методы в экономической географии ч.2 / В. С. Михеева // Приложения теории графов: Курс лекций. – М. : Издательство Моск. Ун-та, 1983. – 178 с.
4. Статистичний щорічник України за 2010 рік / Державний комітет статистики України. – К. : ТОВ «Август Трейд», 2011. – 560 с.
5. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. – К. : КНТЕУ, 2006. – 537 с.
6. Атлас об'єктів природно-заповідного фонду України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nature.land.kiev.ua/PZF/index.htm>
7. Закон України про місцеве самоврядування в Україні. Офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=280%2F97-%E2%F0>
8. Міжнародні та Всеукраїнські культурно-мистецькі заходи регіонів України. Офіційний сайт: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.culturalstudies.in.ua/fest/funclib3.php>
9. Постанова Кабінету міністрів України від 3 вересня 2009 року N 928 «Про занесення об'єктів культурної спадщини національного значення до Державного реєстру нерухомих пам'яток України». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/928-2009-%D0%BF>

10. Реєстри пам'яток. Офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrainaincognita.com/rozdily/pamyatky/reestry-pamyatok>
11. Googleadwords. Офіційний сайт: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://adwords.google.com>
12. Googletrends. Офіційний сайт: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.google.com/trends>
13. UrnSeoho. Attitude determinants in tourism destination choice/SeohoUrn, John L. Офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://rpts.tamu.edu/files/2012/04/UmCrompton_1990.pdf
14. WorldHeritageCentre [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.unesco.org/new/en>

Аннотація. Ю. В. Глебова **Методика общественно-географической оценки сформированности туристических дестинаций.** В ходе исследования были апробированы 3 подхода к оценке сформированности туристических дестинаций Украины: на основе статистических данных, анкетирования и геоинформационных технологий. Методика построена на определении предпосылок развития туризма, оценке ресурсов и инфраструктуры.

Ключевые слова: дестинация, туризм, сформированность

Abstract. I. Glibova **Methodology of human geography evaluating of tourist destinations.** The research tested three approaches for the formation evaluation of Ukrainiantourist destinations: based on statistics, and geographical information technologies. The methodology is based on determining the preconditions for tourism development, assessment resources and infrastructure.

Keywords: destination, tourism, formation.

Поступила в редакцию 02.02.2014 г.