

УДК 911.3:911.6

Яворська Вікторія, Сич Віталій, Коломієць Катерина
Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова

Формування туристичного образу регіону Українського Причорномор'я

У статті визначені чинники, які впливають на формування туристського образу регіону Українського Причорномор'я, серед яких виділяються як об'єктивно існуючі природні, культурні, інфраструктурні ресурси, так і суб'єктивні, що залежать від індивідуального сприйняття людиною туристської дестинації. Визначено, що туристський образ території складається на основі одного чи декількох просторових ядер, функцію яких, як правило, виконують

туристичні центри різної спеціалізації. На основі проведеного аналізу з'ясовані чинники формування туристського образу регіону Українського Причорномор'я.

Ключові слова: туристський образ території, туристський регіон, Українське Причорномор'я, туристично-інформаційний центр.

Яворская В., Сыч В., Коломиец Е. Формирование туристского образа региона Украинского Причерноморья. В статье определены факторы, влияющие на формирование туристского образа региона, среди которых выделяются как объективно существующие природные, культурные, инфраструктурные ресурсы, так и субъективные, зависящие от индивидуального восприятия человеком туристской дестинации. Определено, что туристский образ территории формируется на основе одного или нескольких пространственных ядер, функцию которых, как правило, выполняют туристические центры различной специализации. На основе проведенного анализа установлены факторы формирования туристского образа региона Украинского Причерноморья.

Ключевые слова: туристский образ территории, туристский регион, Украинское Причерноморье, туристско-информационный центр.

Yavorskaya V., Sych V., Kolomyets K. Formation of the tourist image of the Ukrainian Black Sea Region. The article identifies factors which influence the formation of the tourist's image of the region which are divided on two groups - objectively existing such as natural, cultural, infrastructural resources and subjective factors, depending on the individual perception of the tourist destination. The tourist image of the territory consists on the basis of one or more spatial nuclei, the function of which, as a rule, is carried out by tourist centers of different specialization. On the basis of the analysis, the factors of formation of the tourist image of the Ukrainian Black Sea tourist region are determined.

Keywords: tourist image of the territory, tourist region, the Ukrainian Black Sea region, tourist information center.

Постановка проблеми. Образи міст, регіонів і країн впливають на їх привабливість щодо інвестиційної політики, подальшого розвитку туризму, мають певний вплив на споживчу привабливість продукції місцевої економіки. Тим самим, туристські образи фактично можуть розцінюватися як один з ресурсів соціально-економічного розвитку територій. Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить, що серед західних науковців над створенням концепції іміджу територій працювали Ф. Коглер, Дж. Траут, К. Дінні, С. Брігс. Проблемам регіональної туристичної політики присвячується роботи Д. Стеценка, І. Безуглова, С. Мархоноса, С. Уліганця. Аспекти формування географічних образів територій висвітлено в працях Д. Замятіна, К. Мезенцева, О. Новікова, М. Мироненка, О. Парфіненка, К. Шичкової та ін.

Що стосується регіону Українського Причорномор'я, то в науковій аналітиці можна знайти безліч публікацій, автори яких дають характеристику як самому регіону Українського Причорномор'я, так і його складових з позицій економічного, демографічного, соціального розвитку. Однак у таких

дослідженнях не стоїть завдання розглянути цілісний туристський образ регіону, його взаємозалежність з географічним і соціальним середовищем та знайти історико-географічні та генетичні передумови його формування. Ми ж спробуємо відобразити сучасне бачення туристського образу цього унікального територіального об'єднання з точки зору наслідки тих трансформацій, які відбулися тут за останні роки під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників. *Мета дослідження* полягає у визначенні факторів, що впливають на формування туристського образу регіону Українського Причорномор'я.

Матеріали та методи досліджень. Методологічну основу даного дослідження складають роботи географів та науковців – експертів з регіонального маркетингу та менеджменту туризму [3, 6, 10]. В роботі були використані такі методи дослідження як аналіз та синтез, логічний підхід, визначення, опис, інтерпретація, порівняльно-географічний, статистичний. Обраний набір методів є найбільш оптимальним щодо визначення образотворюючих чинників. Інформаційну базу дослідження склали матеріали Державної служби статистики України, зокрема [2, 7].

Основні результати досліджень. Нині одночасно вживаються такі поняття як географічний образ, туристичний образ, імідж території, і хоча вони в деяких аспектах подібні та інколи використовуються як синоніми, але мають певні відмінності. Під туристським образом розуміємо систему раціонально і емоційно сформованих уявлень, в основі якої лежать специфічні особливості території, що підкреслюють її індивідуальність з точки зору масового туриста. Однак на відміну від географічного образу, який, як правило, відображає характерні, іноді навіть типологічні риси країни, в туристському образі увага акцентується на її унікальних рисах або об'єктах, цікавих саме з погляду туриста. В результаті уявлення образи виникають не про всю територію (регіон, країну) в цілому, але про її фрагменти. Як наслідок, такі складні територіальні системи, як регіон або країна зводяться до декількох територіальних елементів (найчастіше в подібному спрощенні беруть участь міста або історичні центри, рідше найбільш значущі пам'ятки).

Інша відмінність полягає в тому, що туристський образ в сучасному інформаційному просторі повинен бути ще й розрекламованим. Оскільки згідно концепції маркетингу DESTINACIЙ, територій, як і компаній, продають продукти та послуги, в числі яких можуть бути об'єкти для інвестицій: туризм, товари місцевого виробництва тощо. Отже за допомогою цілеспрямованих інформаційно-рекламних дій можливе штучне управління привабливістю територій - іміджем [10]. Туристський імідж регіону – відносно стійка сукупність емоційних переживань, раціональних уявлень, що відтворюються в масовій і індивідуальній свідомості, переконань і відчуттів людей, які виникають з приводу особливостей регіону, складаються на основі всієї інформації, отриманої про регіон з різних джерел, а також власного

досвіду і вражень [8]. Важливо те, що імідж території не можна штучно побудувати або винайти "на порожньому місці", він базується на основі реального географічного, туристичного образу.

Слід звернути увагу на подвійну природу туристського образу, - з одного боку, образ є річчю цілком об'єктивною, так як ґрунтується на конкретних індивідуальних рисах і особливостях території (географічне положення, природно-кліматичні, культурні, історичні та ін.). З іншого - важливу роль при створенні образу грають і суб'єктивні чинники, і, перш за все, пов'язані з психологічними особливостями особистості і цільової аудиторії, на яку він розрахований (система потреб, інтересів та ідеалів; емоціональні властивості особистості, світогляд, життєвий досвід та ін.).

При дослідженні туристських образів принцип територіальності проявляється, зокрема, у виділенні просторових ядер формування туристського образу території. З ними у туристів асоціюються певні події, природні процеси, характерна діяльність для регіону. Так, наприклад, будь-який захід, будь то Одеський першоквітневий фестиваль або пісенний фестиваль "Зіркові хвилі Світаязю" співвідносяться в першу чергу з місцем їх проведення, а потім вже з самою подією. Але, між тим, не тільки події визивають подібні асоціації. Образ регіону у туристів може сформуватися на підставі образу інших територій, які сформувалися у туристів раніше або в результаті порівняння з більш відомими центрами (Вилкове - українська Венеція, Одеса - південна Пальміра).

Туристський образ регіону Українського Причорномор'я (УП) складався під впливом об'єктивних і суб'єктивних факторів, які на різних етапах формування образу поступово змінювались. Туристичний образ регіону завжди вплетений в деякий історичний контекст і соціальну ситуацію. Він не може бути поза нацією, менталітетом, світоглядом. Кожна епоха породжує своє особливе сприйняття оточуючого середовища, зміна епох створює мінливий туристичний імідж регіону. Передумовами для формування сучасного туристичного регіону є спільність економіко-географічного положення (вихід до Чорного моря - довжина узбережжя регіону становить 1133,8 км, прикордонне розташування), єдність природних умов і ресурсів, сприятливі рекреаційні ресурси для організації курортного господарства, відпочинку і туризму, спеціалізація рекреаційно-туристичних послуг. Історико-географічні особливості заселення регіону УП такі, що цей регіон був свого роду гігантським природним "комунікаційним коридором" між Сходом і Заходом. Причорноморські степи приваблювали численні кочові племена - киммерійців, скіфів, сарматів, готів, гунів, аварів. Частково вони зникли, а частково асимілювались з місцевими племенами і таким чином поклали початок формуванню східно-слов'янського українського етносу. Крім кочівників греки, римляни, візантійці і турки засновували в Причорномор'ї свої поселення, намагаючись контролювати як морські так і сухопутні торгові шляхи.

Коли ж регіон УП увійшов до складу Російської імперії, почалося його масове заселення переселенцями-колоністами - німцями, болгарами, албанцями, шведами, чехами, поляками, які вносили свої трудові навички в усі сфери господарства. До середини ХІХ століття тут сформувалися райони з досить чіткою диференціацією - приморські райони зосередили функції морегосподарської і портової діяльності (Одеса, Очаків, Миколаїв, Херсон, Ізмаїл, Гола Пристань, Генічеськ), центральні і північні райони - сільськогосподарську діяльність. Образи міст, що активно розвиваються, красивих портів, мальовничих морських схув, жвавих мешканців міцно фіксувався в свідомості приїжджих. Великий вплив також надавав культурний фактор завдяки різноманітним традиціям, які поєднували як європейські, так і азійські корені.

В сучасний період посилюється вплив географічного положення, природно-кліматичних та економічних факторів. Регіону УП знаходиться на перетині великих автомагістралей, пов'язаний залізничними лініями з багатьма містами країни. В регіоні УП для формування туристського образу є ряд передумов, таких як: інвестиційна привабливість - вигідне транзитне географічне положення на перетині європейських водних і сухопутних магістралей; функціонування вільних економічних зон - "Порто-Франко", "Рені" і "Миколаїв"; розвинена мережа культурно-мистецьких закладів, достатня кількість пам'яток історії та архітектури; багатий етнографічний склад; розвинута мережа закладів розміщення, харчування та розваги; значний природно-рекреаційний потенціал; величезний науковий потенціал.

Стійкою тенденцією туристичного розвитку регіону УП є виокремлення специфічних у сфері туризму "точкових" територіальних зон концентрації туристських потоків (табл. 1). Треба зауважити, що саме Приморська смуга, до якої ми територіально віднесемо всі адміністративні райони, які мають вихід до Чорного та Азовського морів безпосередньо або через гирлові ділянки рік, на сьогодні найбільше приваблює туристів як історико-культурними, так і курортно-рекреаційними ресурсами. Як бачимо з табл. 1 в Приморській смузі зосереджена більша частина ядер територіальних зон концентрації туристичних потоків.

З одного боку, формування туристських ядер сприяло фокусуванню в них суб'єктів туристичного бізнесу, а з іншого, зумовило виникнення інфраструктурної проблеми - відсутність системи засобів і служб, діяльність яких спрямована на задоволення потреб туристів. Наприклад, туристично-інформаційні центри (ТІЦ) є важливими структурними елементами інфраструктури туристичної галузі. ТІЦ - це установа, що надає іноземним туристам та громадянам держави різну за змістом інформацію, починаючи з особливостей міста перебування та країни в цілому та закінчуючи наданням послуг з продажу авіа- та залізничних квитків, квитків в театри, кіно, екскурсійні тури, в т. ч. із пропозицією послуги прокату авто та багато іншого. Так, у регіоні функціонують два ТІЦ - туристичний інформаційний

центр м. Одеса та муніципальний туристичний центр, по Одеській області їх нараховується ще 3: регіональний інформаційно-туристичний візит- центр "Дністер" у м. Біляєвка, ТІЦ "Затока" у смт Затока Білгород-Дністровського району та ТІЦ Дунайського біосферного заповідника у м. Вилкове, на Миколаївщині функціонує ТІЦ "Миколаївщина туристична" (м. Миколаїв), також у м. Херсон працює Херсонський туристично-інформаційний центр. Міжнародний досвід створення та діяльності таких осередків демонструє реальне спрямування туристичних потоків у певний регіон та збільшення фінансових надходжень до місцевих бюджетів. На жаль у регіоні УП відсутня єдина мережа туристично-інформаційних центрів.

Табл. 1. Точкові територіальні зони концентрації туристських потоків Українського Причорномор'я

Назва ядра	Слово-ключ	Коротка характеристика
Одеса	місто-порт	Науковий, діловий та культурний центр півдня країни, місто-курорт, важливий транспортний вузол
Білгород-Дністровський	місто-фортеця	Місто старовинного походження, в подальшому гурецька фортеця, морський порт
Сергіївка	місто-курорт	Кліматичний бальнеогрязевий курорт
Затока - Кароліно-Бугаз	пляжний відпочинок	Кліматичні курорти
Вилкове	українська Венеція	Центр екологічного та етнографічного туризму
Саврань	Савранський ліс	Центр екологічного та сільського зеленого туризму
Миколаїв	місто корабелів	Промисловий, науковий та культурний центр півдня країни, важливий вузол транспортних магістралей
Коблеве	пляжний відпочинок	Кліматичний курорт, центр винного туризму
Очаків	місто-курорт	Місто старовинного походження морський порт, давньогрецька колонія Ольвія
Кінбурзька коса	пляжний відпочинок	Пляжний відпочинок, сільський зелений туризм
с. Грушівка - м. Южно-українськ	скельний каньйон	Центр спортивного туризму, рафтинг на р. Південний Буг, скелелазіння у каньйоні Бугу
Херсон	місто-порт	Промисловий, науковий та культурний центр півдня країни, річковий та морський порт
Гола Пристань	місто-курорт	Бальнеогрязевий курорт, відпочинок на Дніпрі
Скадовськ	пляжний відпочинок	Кліматичний курорт, дитячий курорт, морський порт
Генічеськ	місто-курорт	Кліматогрязевий курорт

В той же час туристські ядра виконують різні функції і є культурно-історичними, а також рекреаційно-оздоровчими та діловими центрами. Завдяки поєднанню окремих образів складається цілісний і разом з тим багатолікий туристський образ всього регіону.

Сучасний регіон має всі можливості зайняти гідне місце в світовому співтоваристві. На формування туристського образу регіону також впливає взаємодія підприємств туристичної індустрії, їх ринків, населення і навколишнього світу (табл. 2).

Табл. 2. Показники діяльності підприємств туристичної індустрії та туристичні потоки Українського Причорномор'я за 2016 рік*

Показники / Регіон	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (всього юридичних та фізичних)	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності області	Іноземні туристи	Туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	Внутрішні туристи	Кількість розміщених осіб у колективних засобах розміщення
Усього по регіону	409	57025	2043	33411	21571	905683
Миколаївська область	69	9023	-	8369	654	211651
Одеська область	268	43355	2043	23697	17515	514564
Херсонська область	72	4647	-	1345	3302	179468
Загалом по Україні	3506	2250107	33784	1841232	375091	6544759
Частка регіону у загальному обсязі, %	11,6	2,5	6,1	1,8	5,75	13,8

* складено за даними Державної служби статистики України [2, 7]

Підприємства туристичної індустрії, які отримують від туризму хороший прибуток, формують певну позитивну думку у місцевого населення. В результаті з'являється гарантія гостинності, що також впливає на стан конкурентоспроможності.

У регіоні реалізується ряд інвестиційних проектів, що поліпшують його туристський образ, серед яких будівництво поромної переправи "Орлівка-Ісачка" та пасажирське поромне сполучення "Ізмаїл-Тульча"; детальне картографування регіону за допомогою ІТ-технологій - Google Карт. Наприклад, в Одесі волонтери-картографи Google Odessa MapCamp створили близько 100 фотосфер і нанесли на Google Карти понад 3000 готелів, баз

відпочинку, пам'яток, шкіл, лікарень, бібліотек тощо [5]. Велике значення для сприйняття образу регіону має створення спеціалізованих сайтів. Наприклад, портал проекту "Відчуй Одесу - поринь в атмосферу одеських двориків" [4] пропонує подивитись не лише фото міста, а й сферичні панорами 30 одеських двориків, з їх історією та навіть звуками, записаними у дворі.

Розширюється участь місцевих туристських компаній в роботі найбільших вітчизняних і міжнародних спеціалізованих виставок-ярмарків, а також проведення в регіоні туристичних виставок, як наприклад Одеський туристичний фестиваль у рамках Міжнародної асамблеї туристичного бізнесу. Розвивається туристична інфраструктура: ведеться реконструкція і будівництво готелів середнього і бізнес класу, появились такі всесвітньо відомі бренди готелів, як "Accor Hotels" та "Radisson SAS". Спеціалісти впевнені, що наявність готелів міжнародних операторів позитивно впливає на формування туристичного образу регіону, бо являє собою гарантію високого рівня сервісу для кожного туриста.

Висновки. Сьогодні глобалізаційні процеси зумовлюють посилення конкуренції не лише між окремими компаніями, але й між територіями. Образи міст, регіонів і країн все активніше використовуються на світовій арені з метою залучення інтересу туристів, що тягне за собою поліпшення становища регіону як в економічному, так і в політичному плані. Тим самим, туристські образи фактично можуть розцінюватися як один з ресурсів соціально-економічного розвитку територій. Регіон Українського Причорномор'я має можливості для інтеграції до міжнародних систем туризму, зокрема Чорноморсько-Середземноморського басейну. Це має орієнтувати на формування туристичного образу регіону як курортної території міжнародного значення.

Список використаних джерел:

1. *Зам'ятин Д. Н. Культура и пространство: Моделирование географических образов [Текст] / Д. Н. Зам'ятин. - М.: Знак, 2006. - 488 с.*
2. *Колективні засоби розміщування в Україні у 2016 році. Статистичний бюлетень. - К.: Державна служба статистики України, 2017. - 200 с.*
3. *Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприємство. Туризм [Текст] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. - М.: Юніті-Дана, 2012. - 1071 с*
4. *Портал проекту "Відчуй Одесу - поринь в атмосферу одеських двориків" [Електронний ресурс]. - Режим доступу: - <https://experience-odessa.appspot.com>*
5. *Портал проекту "Цифрове перетворення Одеської області від Google" [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://cases.media/case/59429c4877342ab476194989>*
6. *Стеченко Д. М. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник [Текст] / Д. М. Стеченко, І. В. Безуглий, Н. П. Турло, С. М. Мирхонос. - К.: Знання, 2012. - 455 с.*

7. Туристична діяльність в Україні у 2016 році. Статистичний бюлетень. [Текст] - К.: Державна служба статистики України, 2017. - 76 с.
8. Уліганець С. І. Значення туристичного іміджу для розвитку Закарпатської області [Текст] / С.І. Уліганець, Д. І. Басюк, Л. В. Мельник // *Географія та туризм*. - К.: ЛІТ, 2013. - Вип. 24. - С. 162-172.
9. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія. Навчальний посібник [Текст] / Н. В. Фоменко. - К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 312 с.
10. *A Practical Guide to Tourism Destination Management* [Текст] - Madrid: UNWTO, 2007. - 150 p.