

DOI: 10.26565/2075-1893-2021-34-04
УДК 910.2:338.484(477.46)

Юлія Прасул*

к. геогр. н., доцент кафедри фізичної географії та картографії,
e-mail: y.prasul@karazin.ua; ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3516-7882>

Валентина Клименко*

доцент кафедри фізичної географії та картографії
e-mail: valent.klimenko@gmail.com; ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6777-1606>

Наталя Бубир*

к. геогр. н., доцент кафедри фізичної географії та картографії
e-mail: bubyr-n@ukr.net; ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1362-1151>

Яніна Мельник*

магістр кафедри фізичної географії та картографії
e-mail: ledlolana@gmail.com; ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2378-4958>

Андрій Чудінов*

бакалавр кафедри фізичної географії та картографії
e-mail: mastergragons2@gmail.com; ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9907-1911>

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, майдан Свободи, 4, м. Харків, 61022, Україна

Визначення альтернативної туристичної доступності та її картографування

Мета статті – обґрунтування підходів до оцінки альтернативної туристичної доступності (на прикладі Черкаської області та її сусідів першого порядку) за авторськими показниками та її картографічного супроводу.

Основний матеріал. У статті викладений аналіз пануючих підходів до оцінки туристичних дестинацій, їх туристичного потенціалу. Виявлено, що недостатньо оцінювати саму територію, бо вона функціонує і розвивається не ізольовано, а знаходячись у постійній конкуренції з сусідами та територіями, що надають аналогічні туристичні послуги. Необхідність вибору подорожувальником туристичної дестинації між кількома можливостями, що виключають одна одну, породжує визначення альтернативи місця відпочинку. Запропоновано за системою показників географічного положення, інфраструктурного, природно-рекреаційного, історико-культурного чинників відповідно до територіальної, практичної, цінової, інформаційної доступності оцінювати комплексний показник – альтернативну туристичну доступність, під якою розуміємо порівняльну оцінку територій за визначеними критеріями з використанням рейтингового підходу, геоінформаційно-картографічного методу та методу суми місць. Апробація методики здійснювалася на прикладі Черкаської області та її сусідів I порядку, бо саме вони найчастіше можуть відтягувати на себе потенційні туристичні потоки або, навпаки, виступати донором потенційних туристів.

Висновки та подальші дослідження. За результатами дослідження виявили, що лідером є Київська область. Черкаська область посідає друге місце, програючи за показниками територіальної, інформаційної та практичної доступності. Третє місце зайняла територія Полтавської області, яка виступає основним конкурентом для Черкаської області, особливо з урахуванням схожості туристичних продуктів. Головною перевагою Черкаської області при визначенні альтернативи місця відпочинку є цінова доступність як найсильніший конкурентоспроможний фактор. Таким чином, результати оцінювання підтверджують сучасну картину розвитку туризму. Вважаємо, що такий показник має обов'язково враховуватись під час розробки стратегій туристичного розвитку і укладання SWOT-аналізів, бо дозволяє виділити перспективи і загрози, слабкі і сильні сторони. На перспективу слід здійснити апробацію цієї методики на прикладі регіонів, що виступають конкурентами з певного виду туристичних пропозицій.

Ключові слова: туристична дестинація, оцінка, туристична доступність, Черкаська область, Київська область, Полтавська область, картографування.

Вступ. Туристична економічна галузь є привабливою для розвитку в ракурсі кожного регіону, бо на кожній території є певний потенціал для розвитку відпочинкової та екскурсійної діяльності. У сучасних реаліях суттєвим є конкурентний фактор, який і визначає можливості та спроможності виходу на регіональну або національну туристичну арену. Таким чином, склалася ситуація, зокрема в Україні, коли варто при розгляді туристичного потенціалу і перспектив розвитку туризму в регіоні вводити поняття альтернативи, яка впливає на можливість вибору. Виходячи, таким чином, із сучасних реалій конкуренції на національному і регіональному туристичному ринку актуальною постає задача сьогодні не тільки представити туристичний продукт своєї території, а виграти у конкурентній боротьбі за потенційного споживача туристичних послуг, тобто бути першою серед аналогічних альтернатив. З цією метою слід аналізувати і оцінювати не тільки свою територію, але й аналогічні, порівнюючи між собою можливості кожної. Для реалізації цього пропонуємо використовувати метод альтернативної туристичної доступності. Важливим при цьому є картографічний супровід як на етапі оцінювання, так і на етапі представлення результатів дослідження. Такий супровід базується на повноцінному застосуванні картографічного методу дослідження.

Вихідні передумови. Аналізуючи наукові публікації в галузі географії рекреації і туризму, економіки туризму, менеджменту туристичних дестинацій, дійшли висновку, що, коли мова заходить про оцінювання туристичної привабливості, то оцінка туристичної дестинації здійснюється шляхом оцінювання туристичного потенціалу або його окремих складових. При цьому віддають перевагу територіальному підходу, функціональному підходу, комплексному підходу з використанням експертних оцінок і статистичного аналізу, іноді (навіть епізодично) з обчисленими ваговими коефіцієнтами, що дозволяє оцінити значимість виділених факторів туристичної привабливості території. Для вибору підходу до оцінювання туристичної доступності території А.А. Терехов, О.І. Мороз виділяють попередній етап з оцінкою можливостей туристичної придатності території та підсумковий етап з оцінкою території за можливостями використання туристичних ресурсів у подальшому формуванні конкретного туристичного продукту області [10]. Найбільш повний аналіз підходів та методів представлений у роботах О.Г. Давидової [3], К.О. Іванової [4], Ю.О. Юхновської [11], у яких узагальнено пануючі на сьогодні методи математичної статистики, що доцільно використовувати в оцінюванні потенціалу туристичної дестинації, та авторські підходи Ю. Гуменюка, В. Мацоли, М. Нудельмана, В. Руденка, І. Бережної, Л. Черчик та ін.

Також питанням оцінки туристичного потенціалу присвячені монографічні видання, в яких повно-

цінно поєднується теорія і практика використання певних методик. Так, у монографіях «Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону» [8], «Рекреаційні ресурси України» [1] представлено і апробовано інтегральні методики оцінювання туристичного потенціалу, що засновані на різних підходах. Так, О.О. Бейдик [1] запропонував методику визначення ресурсно-рекреаційного рейтингу території з використанням оцінювальних балів окремих складових ресурсного потенціалу із залученням експертного підходу.

З точки зору системи методів дослідження в галузевих дослідженнях варто звернути увагу на картографічний метод, який доцільно поєднувати з класифікаційним, коли робота починається з виділення/установлення галузевих пріоритетів регіону; з методами територіальної систематизації – районуванням, виділенням ареалів і зон, розробкою маршрутів; з прийомами техніко-економічної оцінки інфраструктурної складової умов розвитку туризму, наприклад, за рівнем комфортності, безпеки, ємності. Але для визначення перспектив розвитку туризму в регіоні недостатньо здійснити оцінку тільки потенціалу. Потрібно враховувати оточення, у першу чергу, туристичні пропозиції і перспективи розвитку туризму сусідів I порядку. При цьому найпростішим вважається метод рангів, який дозволяє залучати як кількісні, так і якісні показники [8].

Саме з метою урахування територіального положення, позиції території серед сусідів I порядку ми запропонували метод визначення альтернативної туристичної доступності території на основі рейтингового підходу у поєднанні з картографічним методом на етапі оцінювання за виділеними критеріями та з геоінформаційно-картографічним – на етапі рейтингування та безпосередньо аналізу отриманих результатів дослідження. У виточках ідеї знаходяться підходи, запропоновані О. Кусковим, М.А. Окландером, що засновані саме на ранговому підході, порівняльній оцінці, методі суми місць. М.А. Окландер назвав запропонований підхід параметричним методом і серед ключових ознак виділив основні компоненти туристичного потенціалу, рівень обслуговування і цін, екологічну рівновагу та рівень безпеки [7, 8]. Як висновок, можна зазначити, що у дослідженнях зазвичай використовують одночасно кілька підходів і поєднання методів дослідження.

Наразі в туристичній сфері не виділено єдиного підходу до оцінювання туристичного потенціалу, що безпосередньо пов'язаний з туристичною доступністю території. Усі названі методи допомагають оцінити саму територію, відокремлену від реального оточення, що не несе цілком правдиву інформацію щодо потенціалу і можливостей розвитку території.

Метою статті є обґрунтування підходів до оцінки альтернативної туристичної доступності (на

прикладі Черкаської області та її сусідів першого порядку) за авторськими показниками та її картографічного супроводу. Таким чином, під час роботи здійснено визначення поняття альтернативної туристичної доступності через поняття туристичної привабливості, методики її оцінювання, безпосередньо оцінена територія Черкаської області у зрівнянні з сусідами I порядку із застосуванням картографічного методу дослідження, що і складає новизну дослідження.

Виклад основного матеріалу. Незважаючи на величезні потенційні туристичні можливості та забезпеченість ресурсами, Україна наразі не може конкурувати повноцінно з розвинутими туристичними державами. У сучасних умовах ринкових відносин важливим для подорожуючих є доступність локації, зокрема туристична доступність, під якою ми розуміємо властивість об'єкта оптимально забезпечити доступ туриста до нього у процесі туристичного споживання. Для раціонального використання туристичних ресурсів країні необхідно сформувати туристичну доступність території, яку можна визначити за окремими критеріями відповідно до факторів формування туристичної доступності (територіального, інформаційного, цінового, практичного). Це у свою чергу вплине на вибір тих чи інших туристичних регіонів, об'єктів тощо. Місцеві органи влади намагаються підвищити показник туристичної доступності, адже це напряму пов'язано з потоком туристів. Вищий показник доступності – більший потік туристів.

Таким чином, під туристичною доступністю розуміємо властивість обраної території, місця, об'єкта задовольнити очікування і потреби туриста, що виражаються через сукупність факторів привабливості та доступності.

Різні туристичні регіони у сучасному перенасиченому інформаційному середовищі всілякими способами змагаються за увагу споживача. Зважаючи на таку тенденцію, досить важливою є інформаційна доступність, яка вимірюється з урахуванням наявності змістовної, актуальної та повної інформації та легкості її пошуку, що допоможе у формуванні, плануванні та орієнтуванні цілей подорожі. Транспортна доступність як один з проявів практичної і територіальної доступності надає можливості безперешкодно та швидко дістатися до обраної туристичної локації, а також можливість користування розвинутою та зручною транспортною мережею у межах дестинації. У такому разі, у більшості випадків при виборі маловідомих регіонів доведеться собі відмовити у проживанні з високим рівнем комфортності, думати як добиратися до об'єкта й «зшкрібати» інформацію з того, що є у вільному просторі інтернету. Таким регіонам має сенс попрацювати над їх слабкими сторонами, що впливають на формування туристичної привабливості та її рівень.

З розвитком та розширенням пропозицій у туризмі зростає певна конкуренція між туристичними дестинаціями. Популярним серед бувалих туристів є пошук альтернативи відомим туристичним локаціям серед маловідомих туристичних регіонів, областей, об'єктів. Малий відсоток таких місць можуть запропонувати високу туристичну доступність, більшість має погану практичну та інформаційну доступність, а також невисоку комфортність перебування.

Розвиваючи туристичну діяльність в Україні, варто розглянути таке поняття як «альтернатива», що безпосередньо пов'язане з можливістю вибору. Властивість відтягування та залучення туристичних потоків відносно сусідніх дестинацій потрібно також враховувати як один із факторів оцінювання доступності території, що й формує конкурентоспроможність території. Тому варто розглядати поняття туристичної доступності не виокремлено, а у порівнянні з сусідніми областями I порядку, звертаючи увагу на їх можливості в туристичній галузі, що створює певну альтернативу. Саме поняття «альтернатива» тлумачимо як необхідність вибору між двома або кількома можливостями, що виключають одна одну / кожна з даних можливостей [2]. Таким чином, можна прив'язати це поняття до необхідності вибору туристом можливостей, що можуть запропонувати туристичні дестинації. Застосовуючи поняття альтернативи, що сприймається як можливість вибору, розуміємо під поняттям «альтернативна туристична доступність» порівняльну оцінку територій (що досліджуються) та аналогічних конкурентів за визначеними критеріями з використанням рейтингового підходу [9].

Об'єктом оцінювання в туризмі виступатиме туристична територія, у цьому дослідженні – область, що надає певний набір туристичних послуг для туриста та задоволення його потреб. Ми пропонуємо за рейтинговим підходом розглянути місця адміністративних одиниць як окремих системних об'єктів та провести оцінювання (рис.1).

Основна відмінність підходу полягає у визначенні серед аналогічних туристичних територій місця кожної з них за певним критерієм, коли за найкращих умов територія отримує перше місце, а за найгірших серед обраних – останнє. Таким чином, основою є порівняння та формування альтернативи, а результатом – визначення сильних та слабких сторін територій, наявних та можливих конкурентів.

Геоінформаційно-картографічний супровід визначення альтернативної туристичної доступності має базуватися на кількох правилах:

- використовувати геоінформаційні системи для внесення атрибутивної інформації з подальшим відображенням, що надасть змогу швидко оновлювати і редагувати інформацію, проводити подальші дослідження із залученням інших територій, що є аналогічними, наприклад, за різноманітністю туристичних продуктів;

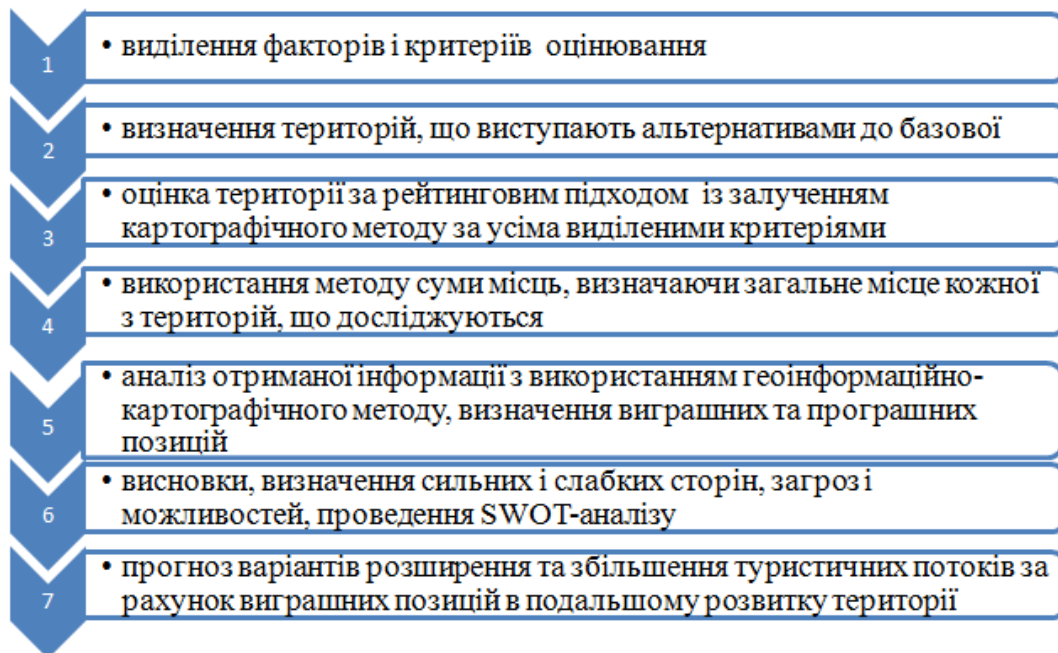


Рис.1. Етапи проведення оцінювання

– масштаб обирати відповідно до розмірів території, що вивчається, та задач дослідження;

– для відображення загального рейтингу за певним фактором використовувати показник суми балів (рейтингових позицій) і спосіб картограми; діапазон і крок шкали обирається з урахуванням максимального і мінімального значень; використання більше ніж 5 ступенів є недоцільним;

– для відображення балів за певними критеріями чи групою критеріїв використовувати рейтинговий показник і спосіб картодіаграми;

– підбір кольорової гами має забезпечувати найкраще візуальне сприйняття і контрастність різних показників картодіаграми;

– доцільно розробляти серію карт, що укладені в єдиному стилі та за єдиними правилами.

Використання наведеної методики надає змогу здійснити більш детальну оцінку туристичної доступності, а також точніше визначити конкурентні позиції та можливості у відтягуванні потенційних туристів. Для початку варто проаналізувати конкурентоспроможність туристичної галузі обраної території серед сусідніх областей і порядку, що безпосередньо можуть відтягувати туристичні потоки з дестинації [5]. У результаті, за підсумком набраних балів, кожна територія має свій рейтинг туристичної доступності серед обраних областей. При дослідженні Черкаської області розглядаємо Київську, Полтавську, Кіровоградську, Вінницьку області, які є першочерговими конкурентами для Черкаської області, бо вони є її сусідами. Подальшими дослідженнями може бути визначена альтернативна туристична доступність області серед усіх регіонів України, туристичної локальної дестинації серед аналогічних за характером послуг, що надаються тощо.

Черкаська область є привабливою територією для просування та розвитку туристичного продукту. Розглядаючи показники аналізу територіальної доступності Черкаської та сусідніх областей, визначаємо можливість для туриста з мінімальними затратами зусиль та комфортністю дістатись до місця призначення. Досліджуючи та порівнюючи обрану територію з аналогічними, ми встановили, що Черкаська область має досить високу територіальну доступність, але порівняно з Київською областю займає нижчу позицію (рис.2). Основним потенційним конкурентом є Полтавська область.

Переходячи до розгляду цінової доступності території з боку інфраструктурного та історико-культурного чинників, варто відзначити, що цей фактор говорить про можливість території запропонувати туристичний продукт, що направлений та може бути доступним для туриста різного соціально-економічного рівня. Тобто, найбільш доступною за ціновим фактором буде вважатись територія з таким спектром вибору туристичного продукту, що поширюється на туриста з різним бюджетом. Спектр вибору закладів розміщення більш розмаїтий для туриста на території Київської області, адже для неї характерна і мінімальна вартість проживання у готелі, і максимальна вартість проживання у готелі. За критерієм середньої вартості вечері у «стандартному» ресторані лідером у ціновій доступності території виступає Полтавська область. Оскільки конкретних статистичних даних відносно середньої вартості відвідування історико-культурних об'єктів в інформаційних джерелах не наведено, то для кожної області було проаналізовано по 10 популярних об'єктів, за цінами відвідування яких був складений рейтинг. Найбільше балів отримала Вінницька об-

ласть. Найбільш різноманітні пропозиції за ціновим діапазоном представляє Черкаська область, і майже не варіюється ціна у Кіровоградській області (рис.3).

Фактор інформаційної доступності території ми можемо охарактеризувати як можливість певної території надати актуальну та повну інформацію про туристичний продукт, що може зацікавити туриста під час подорожування. Він формується на основі історико-культурного, природно-рекреаційного та інфраструктурного чинників туристичної привабливості. Наразі, однією з найголовніших пошукових систем є Інтернет, за допомогою якої, переважно, туристи й формують своє бачення подорожі. Таким чином, досліджуючи інформаційну доступність, було розглянуто багато туристичних сайтів.

За проаналізованою інформацією відповідно до критеріїв розрекламованості виробників туристичних послуг й наявності інформації в Інтернеті, найбільший бал отримує територія Київщини, трохи менший - Черкащина, після неї - Полтавщина, Вінниччина та Кіровоградщина. Також була проведена оцінка відгуків у соціальних мережах про туристичні організації, якість їх послуг. За рахунок достатньої інформаційної забезпеченості та представлення широкого вибору туристичних пропозицій Київська область отримує найбільшу кількість балів і виступає основним конкурентом. Потенційними конкурентами будуть Полтавська і Вінницька області.

Для оцінювання природно-рекреаційного чинника формування інформаційної доступності були



Рис.2. Територіальна доступність Черкаської області та її сусідів I порядку (масштаб зменшено)

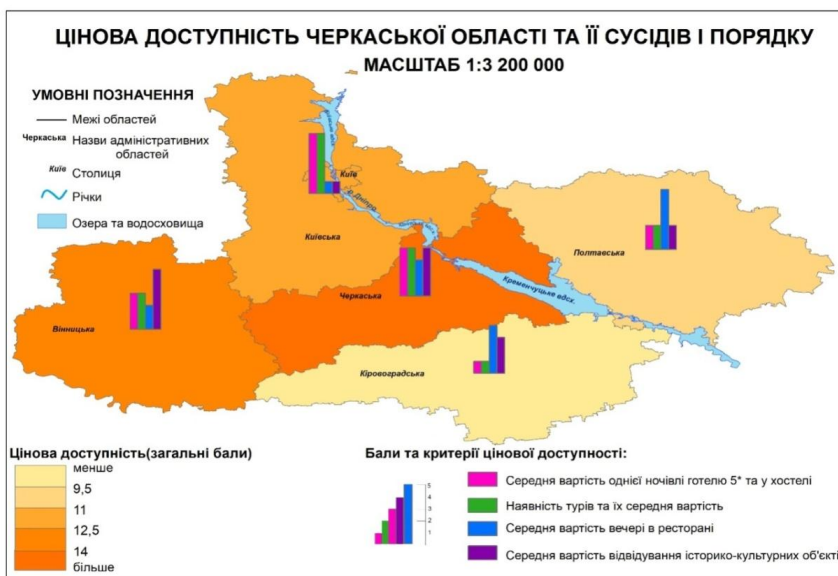


Рис.3. Цінова доступність Черкаської області та її сусідів I порядку (масштаб зменшено)

використані критерії відомості окремих природних об'єктів та популярності ландшафтних компонентів. Черкаська область виділяється як найбільш забезпечена інформацією за цим блоком. Конкурентами виступають Київська та Полтавська області. Таке лідерство Черкащина має за рахунок просування природного туристичного потенціалу, маючи сайти з детальною актуальною інформацією, адже природний потенціал є одним із найголовніших чинників формування туристичної привабливості області.

Для історико-культурного чинника виділяємо критерії популярності та унікальності об'єктів, відповідну інформаційну забезпеченість. Визначивши, що більший акцент припадає на природно-рекреаційні ресурси, інформаційна доступність Черкаської

області за цими критеріями буде нижчою. Отже, найбільш забезпеченою інформацією для туриста виступає Київська область, що отримала найбільшу суму балів, Кіровоградська область у порівнянні з сусідами значно відстає й посідає останнє місце в рейтингу через недостатню інформаційну забезпеченість (рис.4).

Найбільшу кількість виділених критеріїв було отримано в ході дослідження практичної доступності території, що говорить про ємність туристичного продукту на певній території, який зможе задовольнити основні потреби туриста (рис.5).

Так, для інфраструктурного чинника оцінювання буде проводитись за кількістю туристичних організацій на території, кількістю та різноманітністю

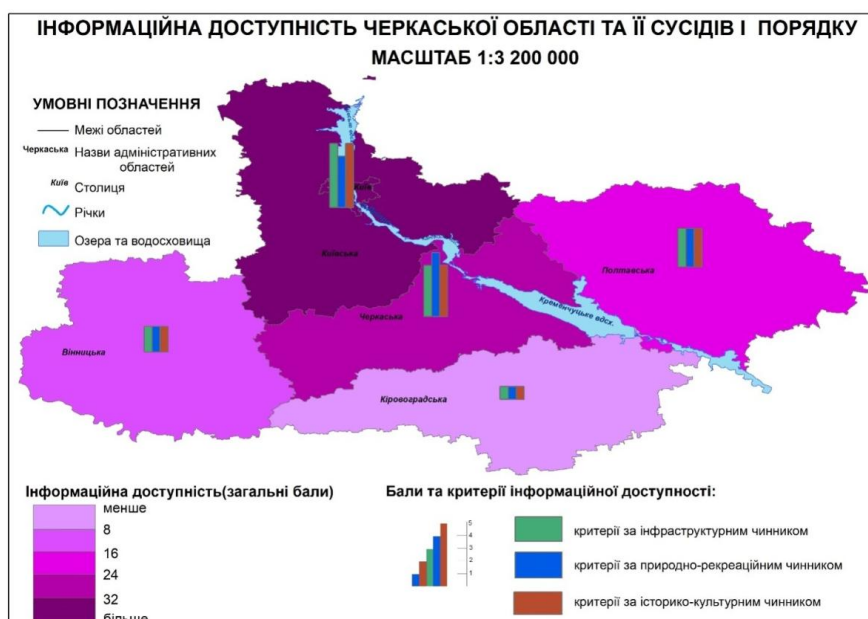


Рис.4. Інформаційна доступність Черкаської області, її сусідів І порядку (масштаб зменшено)



Рис.5. Практична доступність Черкаської області та її сусідів І порядку (масштаб зменшено)

вістю об'єктів сфери дозвілля, станом покриття доріг, різновидом транспорту. За кількістю туристичних організацій конкурентами Черкаської області є Київська та Вінницька області. За показниками кількості та різнотиповості закладів розміщення туристів, кількості та різнотиповості закладів харчування Черкаська область має дуже багато конкурентів, що відтягують на себе туристичні потоки. Територією-лідером за кількістю та різнотиповістю об'єктів сфери дозвілля буде Вінницька область, Черкаська область отримує всього 2 бали. Стан покриття доріг на території Черкащини є однією зі слабких сторін в її привабливості.

Природно-рекреаційний чинник формування практичної туристичної доступності території оцінювався шляхом аналізу статистичних і картографічних джерел інформації щодо природно-заповід-

ного фонду. Основними потенційними конкурентами можуть виступати Вінницька і Полтавська області, але Черкащина утримує лідерські позиції.

Історико-культурний чинник формування практичної туристичної доступності включає в себе подієвість, зокрема проведення етнічних заходів і фестивалів, різнотиповість та кількість об'єктів культурної спадщини. Одним із потенційно привабливих напрямів розвитку туристичних ресурсів Черкаської області на сьогодні є фестивальний та подієвий туризм, але попри це, область дещо програє за цим показником. Порівнюючи її з Полтавською та Київською областями, проведення заходів та фестивалів не набирає популярності. Щодо кількості об'єктів культурної спадщини на досліджуваних територіях, то Черкаська область є третьою за рейтингом після Київської області та, що дещо незвично, Кіровоградською областю. Для

Таблиця

Альтернативна туристична доступність Черкаської області та сусідніх областей I порядку

Фактори	Критерії	Області				
		Черкаська	Київська	Полтавська	Кіровоградська	Вінницька
Географічне положення		4	5	3	1	2
Територіальна доступність	Відносно до міжнародних аеропортів	3	5	4	1	2
	Відносно до столиці	4	5	1	2	3
	Відносно до великих транспортних вузлів	3	5	4	1	2
	Відносно до моря	4	1	2	5	3
	Відносно до популярних туристичних центрів	3	5	4	1	2
Інфраструктурний чинник		4	5	3	1	2
Цінова доступність	Середня вартість однієї ночівлі у готелі 5* та у хостелі	4	5	2	1	3
	Наявність турів та їх середня вартість	4	5	2	1	3
	Середня вартість вечері в ресторані	3	1	5	4	2
Інформаційна доступність	Розрекламованість виробників туристичних послуг	4	5	3	1	2
	Наявність інформації для туриста в Інтернеті	4	5	3	1	2
	Відгуки про якість туристичних послуг в соц. мережах	4	5	3	1	2
Практична доступність	Кількість туристичних організацій	4	5	2	1	3
	Кількість та різнотиповість закладів розміщення	4	5	3	1	2
	Кількість та різнотиповість закладів харчування	4	5	3	1	2
	Кількість та різнотиповість об'єктів сфери дозвілля	2	4	3	1	5
	Стан покриття доріг	2	5	3	1	4
Природно-рекреаційний чинник		5	3	2	1	4
Практична доступність	Унікальність компонентів ландшафту	5	2	3	1	4
	Рекреаційна ємність території	5	2	3	1	4
Інформаційна доступність	Відомість компонентів ландшафту	5	4	3	1	2
	Збереженість компонентів ландшафту	5	4	3	1	2
Історико-культурний (ІК) чинник		4	5	3	1	2
Цінова доступність	Середня вартість відвідування ІК об'єктів	4	1	2	3	5
Інформаційна доступність	Популярність та унікальність ІК об'єктів	4	5	3	1	2
	Інформаційна забезпеченість ІК об'єктів	4	5	3	1	2
Практична доступність	Подієвість (проведення етнічних заходів і фестивалів)	3	5	4	1	2
	Кількість та різнотиповість ІК об'єктів	3	5	2	4	1
Усього:		98	109	75	39	69

оцінки врахований загальний сумарний показник, до складу якого входять пам'ятки історії, археології, архітектури й монументального мистецтва місцевого та національного значення.

Таким чином, областю-лідером за фактором практичної туристичної доступності виступає Київська область, що за проведенням оцінювання отримала найбільшу суму балів. Водночас з найменшою сумою отриманих балів виступає Кіровоградська область, загалом, за рахунок недостатнього розвитку туристичної інфраструктури, подієвості та унікальності й рекреаційної ємності території в порівнянні з сусідніми областями.

За результатами проведеного оцінювання альтернативної туристичної доступності Черкаської області та її сусідів I порядку відносно одна одної, сформувався загальний рейтинг туристичної доступності (табл.). Лідером є Київська область, Черкаська область посідає друге місце, третє місце зайняла Полтавська область, четверте місце в рейтингу - для Вінницької області й останнє місце займає Кіровоградська область.

Отже, Черкаська область має високий потенціал та можливість при виборі її території для туризму. Серед показників задовільним є інформаційна та практична доступність території за природно-рекреаційним чинником. Варто зауважити, що зазначений показник є сильною стороною в туризмі Черкащини. Також область є досить привабливою з боку територіальної доступності за рахунок її вигідного географічного положення, що задовольняє можливість для туриста з мінімальними затратами зусиль та максимальною комфортністю дістатися до місця призначення. Крім того, за фактором інформаційної доступності ця територія має хороші показники щодо можливості надати актуальну та повну інформацію про туристичний продукт, що може зацікавити туриста під час перебування на даній території. Дещо нижчим рівнем характеризується цінова доступність території, програючи за окремими критеріями навіть найменш конкурентоспроможним серед досліджуваних територій. Особливо варто виділити практичну доступність інфраструктури як недостатньо розвинену для формування сильного конкурентного продукту серед інших. На цей фактор варто звернути особливу увагу під час формування стратегії подальшого розвитку туризму на території Черкаської області.

Основним конкурентом серед сусідів I порядку є територія Київської області за рахунок сформованої туристичної галузі. Але цей фактор впливає позитивно на можливість і перспективи туристичної сфери у Черкаській області. За рахунок близького

розташування туристичного центру є можливість відтягувати туристичні потоки.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших пошуків. Аналіз теоретико-методологічної бази показав недосконалість поняттєво-термінологічного апарату. У наукових публікаціях зустрічаються терміни «туристична доступність», «туристична привабливість», але не альтернативна туристична доступність, під якою розуміємо визначення можливостей того, що саме дану територію оберуть для відпочинку серед подібних. Вважаємо, що такий показник має обов'язково враховуватись під час розробки стратегій туристичного розвитку і укладання SWOT-аналізів, бо дозволяє виділити перспективи і загрози, слабкі і сильні сторони. Рекомендуємо для цього здійснювати оцінку самої території, її сусідів I порядку та територій, аналогічних за характером надання туристичних послуг. Необхідність вибору подорожуючим туристичної дестинації між кількома можливостями, що виключають одна одну, породжує визначення альтернативи місця відпочинку. Пропонуємо це враховувати і визначати на основі «класичних» територіальних, природно-рекреаційних, історико-культурних та інфраструктурних чинників з урахуванням прояву таких факторів, як територіальна, цінова, інформаційна та практична доступність. На основі цього виділено систему критеріїв, що і були застосовані в роботі при оцінці альтернативної туристичної доступності Черкаської області серед її сусідів I порядку. За комплексом відомостей, використовуючи рейтинговий метод бальних оцінок і запропоновану систему критеріїв оцінки, сформовано рейтинг територій та визначено можливості альтернативи Черкаської області серед аналогічних областей. Лідером є Київська область. Відповідно, вона відтягує на себе туристичні потоки і саме її обирають туристи. Черкаська область посідає друге місце, програючи за показниками територіальної, інформаційної та практичної доступності. Третє місце зайняла територія Полтавської області, яка виступає основним конкурентом для Черкаської області, особливо з урахуванням схожості туристичних продуктів. Четверте місце в рейтингу зайняла Вінницька область, у якій слід позичити такі властивості, як цінова доступність історико-культурних об'єктів, стан дорожньої інфраструктури і варіативність об'єктів дозвілля. Останнє місце займає Кіровоградська область, яка є аутсайдером майже за кожним показником. Головною перевагою Черкаської області при визначенні альтернативи місця відпочинку є цінова доступність як найсильніший конкурентоспроможний фактор.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України: Навчальний посібник / О.О. Бейдик. – К.: Альтерпрес, 2009. – 400 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і гол. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: Перун, 2005. – С. 23.

3. Давидова О.Г. Методи оцінювання туристичної привабливості регіонів країни / О.Г. Давидова // Український соціум. – 2015. – № 4 (55). – С. 97–107.
4. Іванова К.О. Методологія та проблематика комплексного оцінювання рекреаційно-туристичних ресурсів / К.О. Іванова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 19. – С. 338–342.
5. Мельник Я.Р. Альтернативна туристична доступність Черкаської області / Я.Р. Мельник // Географічні дослідження: історія, сьогодення, перспективи: Зб. наук. праць (за матеріалами щорічної Міжнарод. наук. конф. студентів та аспірантів, присвяченої пам'яті професора Г.П. Дубинського, 9 квіт. 2020 р. – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2020. Вип. 13. – С. 131–134.
6. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: Монографія / О.В. Музиченко-Козловська. – Львів: Новий світ-2000. – 2012. – 176 с.
7. Окландер М.А. Проблеми формування маркетингової системи країни / М.А. Окландер. – К.: Наукова думка, 2002. – 167 с.
8. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону / За заг. ред. В. Герасименко. – Одеса: ОНЕУ, 2016. – 262 с.
9. Прасул Ю.І. Альтернативна туристична доступність як фактор визначення конкурентних позицій території / Ю.І. Прасул, В.Г. Клименко, Я.Р. Мельник, А.А. Андреева. Topical issues of the development of modern science : Abstracts of the 7th International scientific and practical conference, 11-13.03.2020. – Sofia, Bulgaria: ACCENT, 2020. – P. 381–384.
10. Терехух А.А. Оцінювання туристичного потенціалу дестинацій / А.А. Терехух, О.І. Мороз // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 7. – С. 335–343.
11. Юхновська Ю.О. Збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі України: теорія, методологія, практика: Дис. ... д-ра економ. наук: 08.00.03 / Ю.О. Юхновська. – Дніпро: Дніпровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна, 2021. – 580 с.

Prasul Yuliia Ivanivna – Candidate of Sciences (Geography), Associate Professor of the Department of Physical Geography and Cartography. Faculty of Geology, Geography, Recreation and Tourism. V.N. Karazin Kharkiv National University. e-mail: y.prasul@karazin.ua; ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3516-7882>

Klymenko Valentyna Grygorivna – Associate Professor of the Department of Physical Geography and Cartography. Faculty of Geology, Geography, Recreation and Tourism. V.N. Karazin Kharkiv National University. e-mail: valent.klimenko@gmail.com; ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6777-1606>

Bubyr Natalia Oleksandrivna – Candidate of Sciences (Geography), Associate Professor of the Department of Physical Geography and Cartography. The Faculty of Geology, Geography, Recreation and Tourism. V.N. Karazin Kharkiv National University e-mail: bubyr-n@ukr.net; ID ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1362-1151>

Melnyk Yanina Romanivna – Magister of the Department of Physical Geography and Cartography. The Faculty of Geology, Geography, Recreation and Tourism. V.N. Karazin Kharkiv National University. e-mail: ledlolana@gmail.com; ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2378-4958>

Chudinov Andrii Vyacheslavovich – Bachelor of the Department of Physical Geography and Cartography. The Faculty of Geology, Geography, Recreation and Tourism. V.N. Karazin Kharkiv National University. e-mail: mastergragons2@gmail.com; ID ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9907-1911>

DEFINITION OF ALTERNATIVE TOURIST AVAILABILITY AND ITS MAPPING

The purpose of the article is to justify approaches to assessing alternative tourist availability (using the example of Cherkasy region and its first-order neighbors) according to the authors' indicators and their cartographic support.

The main material. The article analyses prevailing approaches to the assessment of tourist destinations, their tourist potential. The authors have found that it is not enough to evaluate the territory itself as it functions and develops in constant competition with neighbours and territories that provide similar tourist services. The need for a traveller to choose a tourist destination between several mutually exclusive possibilities gives rise to the definition of an alternative place of rest. The article proposes to evaluate a comprehensive indicator - alternative tourist accessibility, based on the system of indicators of geographical location, infrastructural, natural-recreational, historical-cultural factors in accordance with territorial, practical, price, and informational accessibility, which is understood as a comparative assessment of territories according to specified criteria using a rating approach, geo-informational - the cartographic method and the sum of places method.

Approbation of the methodology was carried out on the example of Cherkasy region and its neighbours of the first order, as they can pull off potential tourist flows most often or, conversely, act as a donor of potential tourists.

Conclusions and further research. Based on the results of the study, the tourist leader is Kyiv region. Cherkasy region ranks second, losing in terms of territorial, informational and practical accessibility. The third place takes the territory of Poltava region, which is the main competitor for Cherkasy region, especially taking into account the similarity of tourist products. The main advantage of Cherkasy region in determining an alternative place of rest is affordability as the strongest competitive factor. Thus, the evaluation results confirm the present -day depiction of tourism development. We believe that such an indicator must be taken into account while developing tourism strategies and SWOT-analyses, because it allows us to identify prospects and threats, weaknesses and strengths. In the future, this method should be tested on the example of regions that are competitors for a certain type of tourist offer.

Keywords: *tourist destination, assessment, tourist availability, Cherkasy region, Kyiv region, Poltava region, mapping.*

REFERENCES:

1. Beydyk, O.O. (2009). Recreational resources of Ukraine: A textbook. – Kyiv: Alterpres, 400 (in Ukrainian).
2. Busel, V.T. (comp.) (2005). Big Explanatory Dictionary of the modern Ukrainian language. – Kyiv; Irpin: Perun, 23 (in Ukrainian).
3. Davydova, O.H. (2015). Methods of assessing the tourist attractiveness of the regions of the country // Ukrainian Society, 4 (55), 97–107 (in Ukrainian).
4. Ivanova, K.O. (2017). Methodology and problematics of complex assessment of recreational and tourist resources // Global and National Problems of Economy, 19, 338–342 (in Ukrainian).
5. Melnik, Ya.R.(2020). Alternative tourist accessibility of the Cherkasy region // Geographical achievements: history, modernity, prospects (based on the material of International conf. student and post-graduate student, invited in memory of Professor G.P. Dubinsky, Kharkiv, April 9, 2020. – Kharkiv: V.N. Karazin KhNU, 13, 131-134 (in Ukrainian).
6. Muzychenko-Kozlovs'ka, O.V. (2012). Economic assessment of the tourist attractiveness of the territory: Monograph. – Lviv: Novyj svit, 176 (in Ukrainian).
7. Oklander, M.A. (2002). Problems of formation of the country's marketing system. – Kyiv: Naukova dumka, 167 (in Ukrainian).
8. Herasymenko, V.H. (ed.) (2016). Assessment of tourist and recreational potential of the region. – Odesa: ONEU, 262 (in Ukrainian).
9. Prasul, Yu.I., Klymenko, V.H., Melnyk, Ya.R., Andreieva, AA. (2020). Alternative tourist accessibility as a factor in determining the competitive position of the territory. Topical issues of the development of modern science: Abstracts of the 7th International scientific and practical conference, 11-13.03.2020. – Sofia, Bulgaria: ACCENT, 381–384 (in Ukrainian).
10. Terebukh, A.A., Moroz, O.I. (2016). Assessment of the tourist potential of destinations // Actual Problems of the Economy, 7, 335–343 (in Ukrainian).
11. Yukhnovska, Yu.O. (2021). Balanced development of the potential of the tourism industry of Ukraine: theory, methodology, practice : Dissertation ... doctor of Economics : 08.00.03. Dnipro: Dnipro National University of railway transport named after academician V. Lazaryan, 580 (in Ukrainian).