

ДОСЛІДЖЕННЯ ЧИННИКІВ ПРИВАБЛИВОСТІ ДЕСТИНАЦІЇ ВИННОГО ТУРИЗМУ

Анотація. У статті розглянуто критерії та показники привабливості дестинації винного туризму за базовими структурними компонентами, такими як туристично-рекреаційні ресурси, туристична інфраструктура, супраструктура винного туризму, соціальне середовище. На матеріалах регіонів України проведено кореляційно-регресійний аналіз цих показників, встановлено найбільш значущі фактори, які впливають на розвиток центрів винного туризму.

Ключові слова: туристична дестинація, показники привабливості, кореляційно-регресійний аналіз.

D. Basuk, T. Prymak

STUDY OF ATTRACTIVENESS FACTORS OF DESTINATION OF WINE TOURISM

Abstract. The article studies the criteria and the indicators of attractiveness of wine tourism destination considering the basic structural components such as tourism and recreation resources, tourism infrastructure, suprastructure of wine tourism, social environment. According to the statistical data about Ukrainian regions the correlation and regression analysis of these indicators was implemented and the most important factors that influence the development of centers of wine tourism were determined.

Keywords: tourism destination, attractiveness indicators, correlation and regression analysis.

1. Вступ

Одним із перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг є винний туризм – спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням із історією, технологією та культурою споживання алкогольних напоїв у певному регіоні та дегустацією алкогольних напоїв безпосередньо у виробника.

Розвиток винного туризму дозволяє значною мірою підтримати місцевих виробників винограду і винно-коньячної продукції, збільшити тривалість туристичного сезону в регіоні, підвищити туристичний імідж місцевості, збільшити кількість туристичних прибутків, збагатити та диференціювати місцевий туристичний продукт за рахунок розробки винних екскурсій, дегустацій та презентацій, фестивалів тощо. Досягнення позитивного результату в процесі розвитку винного туризму можливе лише за умови забезпечення ефективності використання туристично- рекреаційного, виробничого та інноваційно-інвестиційного потенціалу регіону, вчасного та якісного пристосування до обмеженості ресурсів та потреб місцевого населення, злагодженості в роботі суб'єктів підприємницької діяльності, органів влади та громадських інституцій. Тому виникає необхідність побудови моделі економіко-математичного оцінювання привабливості дестинацій винного туризму, основна мета якого – поєднати оцінки за декількома підсистемами і вивести єдину інтегральну оцінку.

2. Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Методологія оцінки розвитку туристичних територій та привабливості туристичних дестинацій розглядалась у дослідженнях Бейдика О. О., Данильчука В. Ф., Музиченко-Козловської О. В., Бов-

суновської О. Я., Голубничої С. Н., Мельник О. В. та ін. Науковцями розроблено методики аналізу й оцінки окремих складових чи процесів у туризмі: природно-рекреаційних ресурсів, туристичної інфраструктури тощо. Також для оцінки туристичної привабливості та конкурентоспроможності території запропоновано методики комплексного аналізу показників, що дають можливість визначити рівень туристичного потенціалу за ключовими аспектами. Разом з тим, у науковій літературі відсутня комплексна методика оцінки дестинації винного туризму.

3. Результати

Процес розвитку винного туризму включає велику кількість окремих складових. Щоб управляти цим процесом, прогнозувати рівень розвитку спеціалізованого напрямку туристичної діяльності та визначити умови для стабільного підвищення якості туристичного продукту, необхідно дослідити значну кількість чинників, які впливають на рівень привабливості певної території для туристів, та встановити показники, за якими можна оцінювати його компоненти. Щоб врахувати всі чинники, пов'язані зі специфікою формування винних турів та визначити рівень впливу кожного з них на можливість підвищення туристичної привабливості території, доцільно розробити методику переведення (конвертації) значної кількості окремих показників до одного чи невеликої кількості узагальнюючих показників. Ця методика повинна:

- відображати внутрішній взаємозв'язок показників, що характеризують процес формування туристичної привабливості території;

Критерії і показники привабливості destinations винного туризму

Компонент	Критерії	Показники
1	2	3
Супра-структура винного туризму	Розвиток виноградарсько-виноробного комплексу	Площа виноградних насаджень у плодородному віці, тис. га Виробництво винограду, тис. тонн Фактичне виробництво виноматеріалів за регіонами, тис. дал
Туристично-рекреаційні ресурси		Площа земель об'єктів заповідного фонду, тис. га Наявність подієвих ресурсів регіону Кількість найважливіших біосоціальних ресурсів
Інфра-структура туризму	Розвиток туристичної індустрії	Кількість суб'єктів туристичної діяльності (туроператори, турагенти, суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність) Доходи від надання туристичних послуг, тис. грн. (юридичні й фізичні особи)
	Інфраструктура гостинності	Кількість місць у колективних засобах розміщування Роздрібний товарооборот підприємств за видами економічної діяльності (діяльність і забезпечення стравами і напоями, млн. грн.)
	Транспортна доступність	Щільність автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям, тис. км на кв. км Щільність залізничних колій загального користування, тис. км на кв. км
Соціальне середовище	Якість життя населення	Наявний дохід населення у розрахунку на одну особу, грн. на рік

- охоплювати всі аспекти туристичної діяльності, тобто всесторонньо характеризувати процес підвищення туристичної привабливості території;

- зводити сукупність окремих показників в один чи кілька узагальнюючих показників або інтегральний показник [10].

Відповідно до методології оцінки туристичної привабливості території та структури destinations винного туризму було виділено набір індикаторів для комплексної оцінки рівня розвитку destinations та обґрунтованого вибору стратегії її подальшого розвитку. При розробці системи бралось до уваги, що така система чи узагальнюючий показник повинні бути зручними для практичного використання, тому при формуванні системи показників оцінювання туристичної привабливості території доцільно спиратися на діючу державну статистичну звітність, щоб виявлялося достатньо інформації та кількісне відображення параметрів не вимагало зміни системи показників [10]. Разом з тим, ми зважали на той факт, що державна статистична звітність не є ДОС-коналою, обґрунтований облік туристичних потоків у регіонах не здійснюється, достовірна статистична інформація щодо цілей туристичних подорожей, обсягу витрат туристів, тривалості їх перебування доступна лише за окремими вибірковими статистичними спостереженнями локального характеру.

Показник туристичної привабливості destinations є латентним, тобто таким, що не піддається безпосередньому вимірюванню. Для такого показника не існує об'єктивно обумовленої шкали. Тому узагальнюючим показником У, за яким можна охарактеризувати рівень туристичної привабливості території, будемо вважати кількість туристів, що відвідали цей регіон, який привірюється до кількості розміщених у колективних засобах розміщування. Для destinations винного туризму можна вираховувати кількість винних туристів, що, за даними нашого маркетингового дослідження, складатиме 10-11% загального туристичного потоку.

Базуючись на теоретичних підходах до оцінки туристичної привабливості destinations [6, с. 262-263; 10, с. 220] та на вимогах до вибору показників оцінювання туристичної привабливості території,

для подальших розрахунків було обрано показники, які представлено у таблиці 1.

Як видно з таблиці 1, ми врахували основні структурні компоненти destinations винного туризму. Деякі фактори були виключені як сильно корелюючі між собою (наприклад, чисельність колективних закладів розміщення у регіоні та кількість місць у колективних засобах розміщування, роздрібний товарооборот підприємств за видами економічної діяльності (діяльність і забезпечення стравами і напоями) та кількість посадкових місць у закладах ресторанного господарства тощо.

Встановлена система показників оцінювання туристичної привабливості території дозволяє виконати такі завдання дослідження: кількісно та якісно оцінювати рівень розвитку туристичної індустрії в країні та у регіонах; висвітлювати причинно-наслідкові зв'язки в процесі визначення рівня туристичної привабливості території; виявляти чинники, які впливають на розвиток туристичної діяльності, в тому числі ті з них, що справляють визначальний вплив на туристичну привабливість території; можливості передбачення зміни туристичної активності внаслідок впливу основних чинників та прийняття на їх основі оптимальних управлінських рішень [10].

Для проведення економіко-математичного оцінювання були включені регіони, що відзначаються пріоритетним розвитком виноградарсько-виноробного комплексу згідно з державною статистичною звітністю, а саме: Закарпатська, Запорізька, Миколаївська, Одеська, Херсонська області. Міста Київ та Львів (у складі Львівської області) були включені з огляду на пріоритетний розвиток туризму та наявність туристично-рекреаційних ресурсів та суцільної структури винного туризму [7; 8; 9; 11]. Донецька область, Автономна Республіка Крим та м. Севастополь є невід'ємною частиною української економіки, незважаючи на політичні проблеми – тимчасову окупацію та незаконну анексію.

Для виконання поставлених завдань було систематизовано вихідні дані за вказаними регіонами України, що приймалися як сукупність спостережень та які характеризують ці регіони за кількісними (статистичними) показниками ($X_1 - X_{11}$, див. табл. 2).

Таблиця 2

Фактичні показники привабливості туризму (за 2013 рік)

Регіони України	Кількість розміщених у колективних засобах розміщування	Кількість туристичної діяльності, туроператори, турагенти, суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність)	Роздрібний товарооборот підприємств за видами економічної діяльності (діяльність і забезпечення стравами і напоями, млн. грн.)	Чисельність населення станом на 01.01.2014, тис. осіб	Площа земель об'єктів запорядного фонду, тис. га	Фактичне виробництво винаматеріалів за регіонами, тис. дал	Доходи від надання туристичних послуг, тис. грн. (юридичній фізичній особі)	Площа виноградних насаджень у плодородному віці, тис. га	Виробництво винограду, тис. тонн	Кількість найважливіших подій ресурсів	Кількість найважливіших подій ресурсів
	У	Х ₁	Х ₂	Х ₃	Х ₅	Х ₆	Х ₇	Х ₈	Х ₉	Х ₁₀	Х ₁₁
Автономна Республіка Крим	1368988	529	505	1967,2	74,8	5904,5	584022,9	16,2	95,2	32	42
Донецька	454175	355	1123	4343,9	64,5	0	49757,7	0,4	7,8	18	15
Закарпатська	245663	82	111	1256,9	146,3	793,1	10015,3	3,9	26,2	35	10
Запорізька	287319	250	209	1775,8	94,6	0	28721,1	0,4	8,5	18	10
Львівська	717829	272	454	2538,4	60	0	228708,4	0,1	1,4	249	94
Миколаївська	201736	75	147	1168,4	43	4990,5	33893,7	5,7	65,7	21	23
Одеська	567668	302	533	2369,5	99,4	12591,6	126785,3	28,5	256,6	115	60
Херсонська	190759	69	51	1072,5	212,7	2935,4	11188,3	5,6	62,5	20	6
м. Севастополь	83458	111	65	385,9	0	1606	236501,7	5,1	24,1	32	42
м. Київ	1164100	1345	3276	2868,7	4,5	0	4698394,7	0	0	343	56

Завдання нашого дослідження полягає у побудові математично-статистичної моделі зв'язку визначених чинників та результуючої ознаки і, як наслідок, у наданні рекомендацій із побудови узагальнюючого показника Y .

Таке завдання найчастіше вирішується методами кореляційного і регресійного аналізу. Для достовірного відображення об'єктивно існуючих в економіці процесів необхідно виявити суттєві взаємозв'язки, а також дати їм кількісну оцінку. Цей підхід вимагає встановлення причинних залежностей. Під причинною залежністю розуміють такий зв'язок між процесами, коли зміна одного з них є наслідком зміни іншого.

Основними завданнями кореляційного аналізу є оцінка сили зв'язку та перевірка статистичних гіпотез про наявність і силу кореляційного зв'язку. Не всі фактори, що впливають на економічні процеси, є випадковими величинами, тому при аналізі економічних явищ звичайно розглядають зв'язок між випадковими і не випадковими величинами методом регресійного аналізу.

Формально кореляційна модель взаємозв'язку системи випадкових величин може бути представлена в наступному вигляді:

$$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_k), \quad (1)$$

де X_i – набір випадкових величин, що впливають на досліджувані випадкові величини.

Схема, яка відображає зв'язок між результуючим показником рівня туристичної привабливості території та чинниками, які на нього впливають, може бути представлена у вигляді формули, що відображає лінійну економетричну модель [10]:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_{11}X_{11}, \quad (2)$$

де Y – результуюча ознака;

$X_1 - X_{11}$ – факторні ознаки;

b_1, \dots, b_{11} – параметри функції зв'язку (невідомі коефіцієнти).

Здійснюємо економіко-математичне оцінювання і визначаємо форму зв'язку (з допомогою побудови регресійного рівняння) показника "туристична привабливість території" (Y) з чинниками, що на цей показник впливають.

Визначення щільності зв'язку між факторними ознаками та туристичною привабливістю destinations винного туризму було здійснено у три етапи шляхом розрахунку коефіцієнтів множинної регресії та відсіювання показників, які неістотно впливають на формування привабливості destinations винного туризму.

При цьому ми виходили з того, що незначний зв'язок характеризується коефіцієнтом кореляції від $\pm 0,16$ до $\pm 0,20$, слабкий – від $\pm 0,21$ до $\pm 0,30$, помірний – від $\pm 0,31$ до $\pm 0,40$, середньої сили – від $\pm 0,41$ до $\pm 0,60$, суттєвий – від $\pm 0,61$ до $\pm 0,80$, дуже суттєвий – від $\pm 0,81$ до $\pm 0,90$, визначальний вплив – від $\pm 0,91$ до $\pm 1,0$.

На першому етапі було встановлено, що найбільш слабкий зв'язок між привабливістю destinations та показником наявного доходу населення у розрахунку на одну особу (фактор X_4). Виявлений слабкий вплив цього чинника на результуючий показник дозволяє виключити його з моделі та перейти до другого етапу побудови економетричної моделі.

На другому етапі методами кореляційного аналізу було виділено три найбільш впливові фактори – це кількість суб'єктів туристичної діяльності (туроператори, турагенти, суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність) (фактор X_1), кількість найважливіших біосоціальних ресурсів (фактор X_2), наявність подієвих ресурсів регіону (фактор X_3) (табл. 3).

На третьому етапі методом регресійного аналізу при порівнянні впливовості виділених трьох показників ми встановили, що найбільш значимими параметрами формування привабливості туристичної destinations є кількість суб'єктів туристичної діяльності та наявність подієвих ресурсів регіону, а показник кількості найважливіших біосоціальних ресурсів виявив слабкий кореляційний зв'язок. Дана модель виду

$$Y = 39562,16 + 829,63 \cdot X_1 + 5869,16 \cdot X_3 \quad (3)$$

була перевірена (табл. 4), що підтвердило задовільну регресійну статистику.

**Регресійна статистика та дисперсійний аналіз показників привабливості
дестинації винного туризму (проміжні етапи)**

<i>Регресійна статистика</i>	
Множинний R	0,996574
R-квадрат	0,993159
Нормований R-квадрат	t= 24,05709
Стандартна похибка	235318,1
Спостереження	11
Спостереження	tкр= 2,36

Дисперсійний аналіз					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимість F</i>
Регресія	3	5,63E+13	1,87589E+13	338,7632	6,15E-08
Залишок	7	3,88E+11	55374616556		
Всього	10	5,67E+13			

	<i>Коефіцієнти</i>	<i>Стандартна похибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-Значення</i>	<i>Нижні 95%</i>	<i>Верхні 95%</i>
Y-перетин	31961,58	80450,09	0,397284591	0,702993	-158273	222195,8
Змінна X 1	1207,051	272,8885	4,423239771	0,003069	561,7725	1852,33
Змінна X 2	-2796,05	1329,569	-2,102976168	0,073547	-5939,98	347,8792
Змінна X 3	9287,725	2573,498	3,608989169	0,008636	3202,37	15373,08

**Регресійна статистика та дисперсійний аналіз показників привабливості
дестинації винного туризму (завершальний етап)**

<i>Регресійна статистика</i>						
Множинний R	0,994403	t=	28,23594			
R-квадрат	0,988837	tкр=	2,31			
Нормований R-квадрат	0,986047					
Стандартна похибка	281184,3					
Спостереження	11					
<i>Дисперсійний аналіз</i>						
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимість</i>	
Регресія	2	5,6E+13	2,8E+13	354,3415	1,55E-08	
Залишок	8	6,33E+11	7,91E+10			
Всього	10	5,67E+13				
	<i>Коефіцієнти</i>	<i>Стандартна похибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-значення</i>	<i>Нижні 95%</i>	<i>Верхні 95%</i>
Y-перетин	39562,16	96033,68	0,411961	0,691185	-181892	261016,2
Змінна x1	829,6251	245,6344	3,37748	0,009678	263,1912	1396,059
Змінна x3	5869,158	2383,949	2,461947	0,0392	371,7603	11366,55

Розрахунок значимості коефіцієнта кореляції за допомогою t -критерію дає експериментальний показник t -критерію 28,24, що є більшим від критичного показника 2,31 з рівнем значимості $\alpha = 0,05$. Таким чином, визначений коефіцієнт кореляції є значимим із надійністю не менше ніж 95%. Отже, залежність від показників X_1 та X_3 є визначальною (значимість параметрів згідно з t -критерієм Стьюдента складає 3,38 та 2,46 відповідно), що підтверджує: дані фактори прямо та об'єктивно впливають на результат, а побудована модель є адекватною.

Дисперсійний аналіз показує адекватність моделі за критерієм Фішера, який у нашому випадку складає 354,34, що значно перевищує критичний показник 5,32.

4. Висновки

Таким чином, при збільшенні кількості суб'єктів туристичної діяльності привабливість дестинацій, а саме: кількість туристів, що відвідують їх протягом року, зростає (при появі 1 суб'єкта – в середньому на 830 осіб). Визначальною мірою на привабливість дестинацій впливають події ресурси – організація фестивалів, форумів, виставок та інших масових видовищ (при організації 1 події – в середньому на 5870 осіб).

Проведене дослідження дає підстави для розробки ефективної стратегії розвитку туристичної галузі в регіонах та прийняття оптимальних управлінських рішень для формування центрів винного туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми управління виноградно-виноробним комплексом : монографія / [І. М. Бабич, Д. І. Басюк, М. В. Білько та ін.; за заг. ред. Шияна П. Л., Басюк Д. І.]. – Видавець ПП Д. Г. Зволько, 2014. – 252 с.
2. Бейдик О. О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України : автореф. дис. ... д-ра геогр. наук : спец. 11.00.02 "Економічна та соціальна географія" / Бейдик О. О.; КНУ ім. Т. Шевченка. – К., 2004. – 36 с.

3. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України : навчальний посібник / Бейдик О. О. – К. : Альтпрес, 2011. – 462 с.

4. Винний туризм : підручник для студентів ВНЗ / [Іванов С. В., Домарецький В. О., Басюк Д. І. та ін.]. – Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин О.В., 2012. – 472 с.

5. Методология оценки рекреационных территорий : монография / [Данильчук В. Ф., Алейникова Г. М., Босуновская А. Я., Голубничая С. Н.]. – Донецк : ДИТБ, 2003. – 197 с.

6. Мельник О. В. Природно-рекреаційний потенціал у процесі моделювання оцінки рівня туристичної привабливості території / О. В. Мельник // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Природно-ресурсний потенціал в системі просторового розвитку : збірник наук. праць. – Вип. 2 (XLVI): НАН України, Інститут регіональних досліджень / [ред. кол.: відп. ред. академік НАН України М. І. Долішній]. – Львів, 2004. – С. 259-265.

7. Мережа закладів ресторанного господарства у 2013 році. Оприлюднення експрес-випусків Держстату у 2014 році [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України : офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>, вільний. – Заголовок з екрана.

8. Мережа колективних засобів розміщування у 2013 році. Оприлюднення експрес-випусків Держстату у 2014 році [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України : офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>, вільний. – Заголовок з екрана.

9. Мережа суб'єктів туристичної діяльності у 2013 році. Оприлюднення експрес-випусків Держстату у 2014 році [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України : офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>, вільний. – Заголовок з екрана.

10. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території : монографія / О. В. Музиченко-Козловська. – Львів : Новий Світ-2000, 2012. – 176 с.

11. Регіони України. Статистичний збірник 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ2_u.htm/, вільний.