

УДК 338.48.001.76

JEL: Q26, L83

Давидова О.Г., канд. екон. наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ КРАЇНИ

Визначено роль туристичної галузі у світі. Проаналізовано підходи до визначення терміну «туристична привабливість регіону» та надано власне визначення. Розглянуто фактори зростання привабливості всіх регіонів світу. Узагальнено та охарактеризовано основні фактори, що характеризують туристичну привабливість регіонів. Представлено порівняльний аналіз існуючих методів оцінювання туристичної привабливості, визначено переваги та недоліки кожного з них. Запропоновано використання багатовимірного статистичного аналізу для визначення індексу туристичної привабливості регіонів.

Ключові слова: туристична привабливість, методи оцінювання туристичної привабливості, багатовимірний статистичний аналіз, індекс туристичної привабливості.

У світових масштабах туризм є галуззю, що активно розвивається та має велике значення для розвитку багатьох країн світу. Підтвердженням є те, що темпи зростання туристичної індустрії випереджають більшість галузей національної економіки. За останнє десятиліття середньорічне збільшення попиту становить близько 4,6%. В обороті туристичної галузі близько 6 трлн дол. На сферу туризму припадає 7% світових інвестицій, кожне 8-ме робоче місце, 11% світових споживчих витрат [1]. Так, згідно з даними ВТО, кількість подорожей у світі стала пропорційною з чисельністю жителів планети: майже 5 млрд осіб, з них близько 1 млрд подорожей з перетином кордонів і 4 млрд – у межах своїх країн [1].

Згідно з даними Всесвітнього економічного форуму, де експерти оцінювали конкурентоспроможність у сфері туризму 141 країни світу за 14 критеріями, перші позиції очолила Іспанія, Франція, Німеччина, США та Великобританія, а Україна не потрапила до цього рейтингу [2]. Розвиток туристичного бізнесу дозволив багатьом країнам з менш привабливими, ніж в Україні, природними та культурно-історичними передумовами підвищити рівень соціально-економічного розвитку. Отже, проведення якісної оцінки та регулювання туристичної привабливості регіонів і країни набувають значної актуальності [3].

Саме на основі оцінки туристичної привабливості регіонів країни державні органи можуть регулювати та визначати пріоритетні види туризму для селективного стимулювання розвитку регіонів, що сприятиме формуванню та просуванню туристичного продукту на національному та міжнародному ринках.

Проблеми щодо підвищення конкурентоспроможності та туристичної привабливості регіонів досліджували у своїх працях такі зарубіжні та вітчизняні науковці: В. Гавран [3], О. Любцеву [4], А. Мокляк [5], О. Музиченко-Козловська [6], М. Омуш [7] та інші.

В. Гавран досліджує формування привабливості рекреаційно-туристичних комплексів з метою залучення інвестицій у розвиток туризму [3]. А. Мокляк навів оцінку та систематизував фактори, що визначають привабливість комплексу міжнародного туризму України для іноземних туристів [5]. О. Музиченко-Козловською запропоновано рекомендації, пов'язані з визначенням туристичної привабливості території насамперед щодо якості довкілля [6].

Існує багато тлумачень поняття «туристична привабливість регіону». Так, І. Зорін, А. Зорін, Т. Ірисова визначають її як територію, що користується популярністю у туристів і перетворюється на туристичний центр, приваблює туристів завдяки наявності в її межах специфічних туристичних ресурсів, зручностей транспортно-географічного розташування та доступної для туриста інформації про неї [8, с. 22]. М. Омуш вважає, що туристично привабливою є територія, яка має потенціал для розвитку туризму, сукупність економічних і психологічних характеристик регіональних туристичних комплексів, що відповідають попиту, потребам туристів, вимогам інвесторів і забезпечують досягнення передбачуваного соціально-економічного ефекту [7, с. 7].

На думку автора, туристична привабливість регіону являє собою сукупність географічних, економічних, фінансових та політичних факторів певної території, що сприяють задоволенню потреб споживачів і дозволяють досягти максимального соціально-економічного ефекту для населення регіону та країни. Розглянувши наведені визначення, підкреслимо потребу в оцінці складової туристичної індустрії, що формує туристичну привабливість регіону та країни [9].

Мета статті – за допомогою порівняльного аналізу існуючих методів оцінювання туристичної привабливості регіонів країни обґрунтувати застосування методів багатовимірного статистичного аналізу.

Однією з головних особливостей туристичної діяльності є приналежність до певної території, які мають різні характеристики. Згідно з міжнародною практикою, туристична привабливість у регіонах визначається найбільшим попитом серед туристів у регіонах з багатими природними, культурними та історичними ресурсами, географічним розташуванням, рівнем розвитку інфраструктури, що залежить від наявності інвестицій, рекреаційних та туристичних ресурсів, а також екологічного стану регіону. П.Р. Пуцентейло визначає фактори зростання привабливості для туристів окремих регіонів світу, що наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Фактори зростання привабливості регіонів світу *

Регіон	Країна	Фактор зростання привабливості
Американський	Бразилія	Широкий розвиток екологічних турів Амазонією; екзотична природа; сучасна архітектура та дизайн столиці країни
Європейський	Франція, Англія, Швеція Німеччина, Фінляндія	Висока концентрація історичних і культурних цінностей
Середньоземноморський	Кіпр	Вигідна система оподаткування; сучасна банківська мережа; добре налагоджена структура телекомунікацій
	Ізраїль	Збільшення прочанського туризму; широкий спектр оздоровчих центрів; морські тури; наявність молодіжних таборів; розширення ділових зв'язків
Азійський	ОАЕ	Екзотична природа і культура; політична стабільність; зручний транзитний шлях для туристів, які летять до Австралії та Океанії; головний напрямок «пляжного» відпочинку взимку; низькі ціни на електроніку та побутову техніку високої якості; високий рівень сервісу; спрощена система візового режиму

* Складено автором на основі [10, 11, 12].

Крім того, на конкурентну боротьбу в туристичній сфері регіонів впливає попит на туристичні послуги, сезонність, поява конкуруючих підприємств в інших регіонах (відмінність застосування стратегій), наявність кваліфікованого персоналу. Автором на основі аналізу літературних джерел [4; 5; 13] узагальнено та охарактеризовано основні фактори, що характеризують туристичну привабливість регіонів України:

- екологічний – загальний екологічний стан, що склався у регіоні та характеризується такими показниками: наявність природних ресурсів, екологічна складова та кліматичні умови, ризики катастроф, рівень розвитку сільського господарства, об'єми споживання свіжої води, скидання забруднених зворотних вод без очищення або недостатньо очищені природні поверхневі водні об'єкти, викиди забруднюючих речовин до атмосфери;

- політичний – показники, що містять у собі інформацію щодо правого регулювання розвитку туристичної діяльності в країні, рівня криміногенності;

- економічний – показники, що відображають рівень інфляції, безробіття, прибутки та ціни на туристичні товари і послуги, обсяг інвестицій в основний капітал, відображає вклад туристичної сфери у макроекономічних показниках;

- інфраструктура – показник, що свідчить про стан автошляхів і зв'язку, готельних комплексів, закладів харчування та проведення дозвілля, застосування комп'ютерних технологій, мережі Інтернет, комунікаційних технологій, транспорту (швидкісні поїзди, паромі, літаки);

- соціальний – показники, що характеризують демографічний стан у регіоні та країні: рівень природного приросту, наявність субкультур у регіоні та країні в цілому, кількість безробітного населення до працездатного, працездатного та непрацездатного віку;

- культурний – кількість загальноосвітніх навчальних закладів, ВНЗ, книжковий фонд бібліотек, кількість місць для глядачів у залах демонстрування фільмів, кількість місць у клубних закладах.

Наявність зазначених факторів зумовлює необхідність можливості оцінювання туристичної привабливості відповідних територій для виявлення найперспективніших напрямів розвитку туристичної сфери, що дозволить сформулювати у майбутньому ефективну стратегію розвитку туризму в регіонах, підтримуючи та стимулюючи на державному рівні.

Доцільність та необхідність кількісного оцінювання туристичної привабливості на рівні країни, сфери чи певного регіону пояснюється виявленням тих територій, стимулювання розвитку яких призведе до можливості отримання якнайшвидших економічних результатів – сукупності ефектів.

У таблиці 2 згруповано існуючий методичний інструментарій до оцінювання туристичної привабливості регіонів України та виявлено їх недоліки.

У таблиці 3 представлено порівняльний аналіз існуючих методів оцінювання туристичної привабливості, визначивши переваги та недоліки кожної з методик. Певні висновки про туристичну привабливість регіону можна зробити також на основі значущості туристичних мультиплікаторів. Розрізняють дві моделі розрахунку туристичних мультиплікаторів. До першої відносять туристичний мультиплікатор Арча та Оуена, що застосовується для оцінки впливу витрат туристів на дохід туристичних підприємств, зайнятість та імпорт. Друга модель – для розрахунку туристичного мультиплікатора «витрати – випуск» ґрунтується на зв'язку всіх секторів економіки в матричному вигляді.

Проаналізувавши різні методичні підходи до інтегрального оцінювання туристичної привабливості регіонів, зазначимо, що деякі проблеми застосування окремих методів можуть бути подолані в результаті введення певних застережень. Типовим прикладом є випадок, коли при застосуванні методу середньої геометричної в разі обернення на нуль співмножника приймати його таким, що дорівнює одиниці. Оскільки інтегральні показники включають у себе сукупність різномірних за

своїм змістом та вагомістю критеріїв, їх застосування дозволяє здійснити комплексну процедуру оцінювання туристичної привабливості регіонів і країни у цілому, допомагає підвищити обґрунтованість висновків.

Таблиця 2

Існуючі методи оцінювання туристичної привабливості

Назва методу	Сутність методу	Недоліки
1. Метод сум	Отримання інтегральної рейтингової оцінки шляхом сумування відношень усіх вихідних показників до їх базових значень, тобто стандартизованих у певний спосіб показників	Проблематичність вибору базового показника при стандартизації
2. Метод коефіцієнтів	Являє собою метод середньої геометричної за винятком добування кореня з виразу	Обернення на нуль однієї із складових робить інтегральну оцінку рівною нулю, до того ж у разі застосування останнього методу і добування кореня, що має парний ступінь, підкорінний вираз повинен відповідати умові невід'ємності
3. Метод середньої арифметичної	Отримання інтегральної рейтингової оцінки шляхом простого усереднення стандартизованих значень показників туристичної діяльності в регіоні: середня арифметична проста, середня арифметична із урахуванням вагомості, середня арифметична зважена	у разі застосування останнього методу і добування кореня, що має парний ступінь, підкорінний вираз повинен відповідати умові невід'ємності
4. Метод суми місць	Розраховується за допомогою підсумовування рангів	Отримання некоректних результатів, оскільки показники мають різні характеристики, наприклад, масштаби та ступінь важливості
5. Метод відстаней	Розраховується на базі (евклідової) метричної відстані – між значеннями показників досліджуваних туристичних регіонів та еталонним (точки-еталону в n -мірному просторі)	Ознаки можуть мати неточності; є ймовірною ситуація, коли за наявності ненормованих вісей два підприємства, що мають лише одну істотну ознаку, знаходяться на великій відстані в евклідовому просторі

* Складено автором на основі [13, с. 138–141; 14; 15].

Система інтегральних показників є підґрунтям для побудови рейтингів як однієї зі складових інвестиційного процесу в туристичній сфері, оскільки аналіз одного показника проти декількох є простішим і забезпечує зручну та зрозумілу базу для порівняння туристичних підприємств на різних рівнях.

Проаналізувавши існуючі методики оцінювання туристичної привабливості відзначимо необхідність розробки ефективнішого інструментарію, адже наведені методи є досить суб'єктивними та не дають змогу врахувати та оцінити сукупність факторів в інтегральній оцінці й коректно їх інтерпретувати. Це обумовлює розробку вдосконаленого алгоритму на основі інтегрального методу та багатовимірного статистичного аналізу (БСА), що містить багатовимірне шкалювання, факторний аналіз, дискримінантний аналіз, кластерний аналіз.

Таблиця 3

Порівняльний аналіз існуючих методів оцінювання туристичної привабливості *

Автор	Сутність і характеристика методу оцінювання	Переваги	Недоліки
Я.І. Вижук, О.І. Артеменко [16]	Методи визначення туристичної привабливості із застосуванням підходів нечіткої логіки на основі отримання агрегованого показника, враховуючи різні види відпочинку, кількісні та якісні фактори, а також фактор сезонності на прикладі Чернівецької області	Можливість проводити оцінку одному та групі експертів, збільшення кількості вхідних даних не впливає на складність застосування методу та збільшує ефективність результатів	Відсутність потужного інструменту аналітики отриманих даних
Є.Т. Колендо [17]	Методи визначення туристичної привабливості на основі використання моделі «попит – пропозиція» на туристичному ринку (на прикладі Республіки Білорусь), що представлено на електронних сайтах, туристичних порталах, друкованих виданнях, особливу увагу приділяючи інтернет-ресурсам, які є найменш дослідженим сектором. У результаті отримано інтегральний показник, що визначається коефіцієнтами	Результати пропонувалося використовувати при розробці стратегій розвитку малих поселень Республіки Білорусь	Недоцільність використання інформації з інтернет-ресурсів, оскільки ці джерела містять не завжди повну і достовірну інформацію
Є.Д. Гадеудіна [18]	Методи визначення туристичної привабливості на основі експертних оцінок, враховуючи рівень соціально-економічного розвитку регіонів, природно-кліматичних умов і рівнем розвитку інфраструктури (на прикладі Сахалінської області)	Обмеженість психологічного тиску на експерта, можливість максимального використання індивідуальних здібностей експерта (учасників)	Невеликі можливості інструментарію при оцінюванні та наявність великого масиву вхідних даних
У.М. Восводіна [19]	Методика оцінювання туристичної привабливості території для розвитку ділового туризму, що ґрунтується на основі визначення інтегрального показника та має 3 етапи	Можливість врахувати великий масив інформації	Придатний лише для одного виду туризму

* Складено автором.

Існує сім етапів визначення туристичної привабливості на основі багатовимірного статистичного аналізу. Так, на першому етапі визначається об'єкт спостереження, це може бути як регіон країни, так і окремо взята місцевість. Другий етап методики передбачає визначення ос-

новних факторів, які впливають на туристичну привабливість. На третьому етапі безпосередньо здійснюється оцінювання за допомогою методів багатовимірного шкалювання та факторного аналізу. Четвертий етап являє собою отримання показника туристичної привабливості за кожним із зазначених методів. На п'ятому етапі порівнюються отримані результати та обирається один із семи найкращий метод розрахунку. П'ятий етап являє собою визначення сукупного показника, порівняння яких здійснюється на шостому етапі та обирається найкращий метод оцінювання туристичної привабливості регіону чи місцевості. На сьомому етапі надаються рекомендації щодо доцільності фінансування та залучення інвестицій до розвитку пріоритетних об'єктів.

Таким чином, на основі методів БСА можна комплексно оцінити туристичну привабливість регіонів країни або окремої місцевості. Отримані результати дозволять визначити сукупний показник для об'єкта дослідження, а також те, яким чином фактори впливають на цей показник. За допомогою методу багатовимірного шкалювання та факторного аналізу можна визначити найістотніші фактори, що впливають на залежну змінну (сукупний показник). Дискримінантний і кластерний аналіз дадуть змогу отримати сукупний показник для кожного об'єкту, згрупувати або ранжувати всю сукупність об'єктів.

Запропонований методичний інструментарій базується на поетапному використанні у процесі оцінювання туристичної привабливості регіонів факторного та кластерного аналізів. Одержаний підсумковий інтегральний показник – індекс туристичної привабливості регіонів – визначається сумою чотирьох компонент: «Наявність матеріально-технічної бази для відпочинку та оздоровлення», «Умови перебування», «Рівень розвитку інфраструктури», що є стимуляторами розвитку туристичної діяльності, тоді як четверта компонента – «Культура та екологія» – розглядається як дестимулятор.

Дослідження проводилося за допомогою програми SPSS Statistics 17.0. на базі офіційних даних Державного комітету статистики, Державного агентства України з туризму та курортів, Державної служби статистики України.

У результаті наведений підхід дозволив поділити територію країни на 16 кластерів та згрупувати їх за рівнем туристичної привабливості, що представлено у таблиці 4. Це дозволить застосувати диференційований підхід до вибору інструментів державного регулювання туристичної діяльності для селективного стимулювання регіонів з найвищим рівнем туристичної привабливості.

Так, перші позиції АР Крим пов'язані з тим, що у цьому регіоні розташована найбільша кількість закладів тривалого перебування, де відпочиває та оздоровлюється 30% споживачів і зайнято у процесі надання туристичних послуг у середньому близько 37 тис. осіб. Вигідне географічне розташування дозволяє в регіоні поєднати літній та зимовий відпочинок.

Рекреаційна територія коси Арабатська Стрілка має унікальні природні ресурси, є екологічно чистою зоною, де викиди забруднюючих речовин в атмосферу та скидання неочищених вод дорівнює 0. Це регіон, що має найбільшу кількість сонячних днів, згідно з офіційними даними, кількість днів з температурою вище 15⁰С становить 135–140 днів, а фактичні витрати на один ліжко-день перебування у санаторно-курортному закладі у середньому становить 150 грн, на протипагу АР Крим – близько 300 грн.

Міста Київ та Севастополь – міста особливого статусу, що пояснюється першими позиціями щодо залучення інвестицій в основний капітал, де столиця України посідає першу позицію.

Львівська область є оздоровницею, що працює увесь рік на основі використання наявних природних ресурсів. Велику славу здобули Трускавець і Моршин. Унікальність оздоровниць розкривається у наявності на порівняно невеликій території різних лікувальних вод – «Нафтуся», «Марія», «Богуслава», а також лікувальні грязі. Ландшафти з хвойними лісами на схилах гір Славського є запорукою розвитку літнього відпочинку та оздоровлення, а також розвитку різних видів спорту

взимку. Середньооблікова кількість працюючого персоналу, у тому числі лікарів, становить близько 10 тис. осіб.

Таблиця 4

Розподіл регіонів країни за критерієм індексу туристичної привабливості*

Рівень туристичної привабливості регіонів	Значення інтегрального показника	Регіони країни
Найвищий	2,18–1,68	АР Крим, рекреаційна територія коси Арабатська Стрілка, м. Київ, Львівська область, м. Севастополь
Високий	1,67–1,24	Хмельницька, Вінницька, Одеська, Миколаївська, Київська, Харківська, Херсонська, Закарпатська області
Середній	1,23–1,05	Запорізька, Полтавська, Волинська, Рівненська, Чернівецька, Кіровоградська, Чернігівська, Івано-Франківська області
Низький	1,04–0,47	Донецька, Тернопільська, Сумська, Черкаська, Житомирська, Луганська, Дніпропетровська області

* Складено автором.

Висновки. Таким чином, автором проаналізовано визначення поняття «туристична привабливість регіону» та запропоновано визначати туристичну привабливість регіону як сукупність географічних, економічних, фінансових і політичних факторів певної території, що сприяють задоволенню потреб споживачів і дозволяють досягти максимального соціально-економічного ефекту для населення регіону та країни.

У статті наведено існуючі методики оцінювання туристичної привабливості регіонів, визначено їх переваги та недоліки, обґрунтовано необхідність їх вдосконалення з позицій інтегрального підходу та використання інструментарію БСА для підвищення об'єктивності та забезпечення комплексності процедури оцінювання з використанням реальних кількісних показників, що характеризують видове різноманіття туристичної діяльності й особливості природничого та історико-культурного потенціалів кожного регіону. У результаті буде отримано підсумковий комплексний показник – індекс туристичної привабливості, що надасть можливість поділити територію країни на кластери за рівнем їх туристичної привабливості.

Перспективи подальших розробок. На основі запропонованого підходу країна поділяється на кластери відповідно до рівня туристичної привабливості кожного з них. Для активізації туристичної діяльності в країні доцільно проводити збалансовану цілеспрямовану державну політику стимулювання розвитку регіонів з найвищим рівнем індексу туристичної привабливості, поєднуючи інструменти прямого і непрямого впливу та інструменти створення сприятливого середовища для розвитку туристичної діяльності у сферах: нормативно-правовій – створення умов для розвитку державно-приватного партнерства шляхом розроблення стратегій розвитку туристичних кластерів і застосування інструментів податкового інвестиційного кредитування для санаторно-курортних закладів; економічній – розробка ефективних заходів організаційно-економічної підтримки просування бренду України на міжнародних ринках туристичних послуг; соціальній – розвиток соціального туризму, зокрема, родинного та дитячого, розвиток співпраці з ВНЗ, підтримка та визнання суспільного статусу суб'єктів туристичної діяльності в Україні; інформаційній – створення вебметричного рейтингу вітчизняних туроператорів, що має здійснювати центральний орган державного регулювання туристичної сфери України.

Список використаних джерел

1. World Tourism Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www2.unwto.org>
2. Україна не попала в рейтинг привлекательных туристических стран [Електронний ресурс] // Газета «Заграница». – Режим доступу : <http://www.zagranitsa.info/article.php?new=438&idart=438149/>
3. Гавран В.Я. Управління інвестиційною діяльністю в рекреаційно-туристичній сфері: дис. канд. екон. наук / В.Я. Гавран. – Л., 2002. – 203 с.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг [Електронний ресурс] / О.О. Любіцева. – К. : Альтапрес, 2002. – 436 с. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp11.htm
5. Мокляк А. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (в контексті українсько-польських туристичних зв'язків) : дис. ...канд. геогр. наук / А.В. Мокляк. – К., 2004. – 206 с.
6. Музиченко-Козловська О.В. Методика оцінки рівня туристичної привабливості регіону / О.В. Музиченко-Козловська // Регіональна економіка. – 2006. – Вип. 1. – С. 218–228.
7. Омуш М.О. Стратегія диверсифікованого розвитку туристського комплексу в регіональній економіці (на прикладі Йорданії) : автореф. дис. ...канд. екон. наук / М.О. Омуш – Харків, 2003. – 19 с.
8. Зорин И.В. Менеджмент туризма: туризм и отраслевые системы : учеб. / И.В. Зорин, А.И. Зорин, Т.А. Ирисова и др. ; [под ред. В.А. Квартальнова]. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 272 с.
9. Колесник О.О. Економічна оцінка туристичної привабливості України [Електронний ресурс] / О.О. Колесник // Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – № 1. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2010_1_12.pdf
10. Александрова А.Ю. Международный туризм : учеб. / А.Ю. Александрова. – М. : КНО РУС, 2010. – 464 с.
11. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П.Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo.htm
12. Рутинський М. Дослідницький потенціал використання теорії «Ієрархії потреб» А. Маслоу у рекреації, курортології та практиці туристичного бізнесу / М. Рутинський // Вісник Львівського університету. – Сер. «Географія». – 2009. – Вип. 36. – С. 282–291.
13. Савчук Л.Н. Информационно-аналитическая система оценки инвестиционной привлекательности предприятий / Л.Н. Савчук, И.Г. Сокиринская // Персонал. – 2000. – № 1 (55) – С. 138–141.
14. Захарченко П.В. Модель розвитку курортно-рекреаційної економіки на основі трансформаційного циклу [Електронний ресурс] / П.В. Захарченко, Д.І. Савушкін // Проблеми економіки. – 2015. – Вип. 1. – С. 349–355. – Режим доступу : http://www.problecon.com/pdf/2015/1_0/349_355.pdf
15. Коюда П.М. Оцінка інвестиційної привабливості / П.М. Коюда, О.П. Коюда // Актуальні проблеми та перспективи розвитку фінансово-кредитної системи України: зб. наук. праць. – Х. : Фінарт, 2002. – С. 349–351.
16. Артеменко О.І. Використання нечіткої логіки для визначення рекреаційного потенціалу території [Електронний ресурс] / О.І. Артеменко, Я.І. Виклюк // Національна бібліотека ім. І.В. Вернадського. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/ISM/2008_631/06.pdf

17. Колендо Е.Т. Оценка туристической привлекательности малых городских поселений Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Е.Т. Колендо // Электронная библиотека БГУ. – Режим доступа : <http://elib.bsu.by/handle/123456789/2355>

18. Гадеудина Е.Д. Использование метода экспертной оценки для определения целесообразности развития инфраструктуры туристского региона в районах Сахалинской области [Электронный ресурс] / Е.Д. Гадеудина // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2009. – Вып. 1. – С. 60–63. – Режим доступа : <http://izvestia.isea.ru/pdf.asp?id=4847>.

19. Воеводина У.Н. Организационно-экономический механизм диверсификации туристского продукта на региональном уровне : автореф. дис. ...канд. экон. наук / У.Н. Воеводина. – М., 2012. – 25 с.

References

1. World Tourism Organization, available at: <http://www2.unwto.org>.
2. *Ukraina ne popala v reiting privlekatel'nykh turisticheskikh stran* [Ukraine did not make it into the rating of the attractive tourist countries]. *Gazeta «Zagranitsa»*, available at: <http://www.zagranitsa.info/article.php?new=438&idart=438149> [in Russian]
3. Gavran V.Ya. *Upravlinnya investytsiinoyu diyal'nistyv v rekreatsiino-turystychnii sferi: dys. kand. ekon. nauk* [Investment management in recreation and tourism: diss. candidate economic sciences]. Lviv, 2002, 203 p. [in Ukrainian]
4. Lyubitseva O.O. *Rynok turystychnykh poslug* [The market of tourist services]. Kyiv, Al'tapres, 2002, 436 p., available at: http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp11.htm [in Ukrainian]
5. Moklyak A. *Turysts'ki resursy dlya potreb inozemnogo turizmu v Ukraini (v konteksti ukrains'ko-pol's'kykh turystychnykh zv'yazkiv): dys. kand. geogr. nauk* [Tourist resources for the needs of foreign tourism in Ukraine (in the context of Ukrainian-Polish tourist relations): diss. candidate geograph. sciences]. Kyiv, 2004, 206 p. [in Ukrainian]
6. Muzichenko-Kozlovs'ka O.V. *Metodyka otsinky rivnyia turystychnoi pryvablyvosti regionu* [Assessment methods of the tourist attractiveness level of the region]. *Regional'na ekonomika*, 2006, Issue 1, pp. 218–228 [in Ukrainian]
7. Omush M.O. *Strategiya dyversyfikovanogo rozvytku turysts'kogo kompleksu v regional'nii ekonomitsi (na prykladi Iordanii): avtoref. dys. na zbuttya stupenya kand. ekon. nauk* [The strategy of diversified development of tourism sector in the regional economy (based on the example of Jordan): author. diss. candidate economic sciences]. Kharkiv, 2003, 19 p. [in Ukrainian]
8. Zorin I.V., Zorin A.I., Irisova T.A. i dr. *Menedzhment turizma: turizm i otraslevye sistemy: ucheb.; pod red. V.A. Kvaral'nova* [Tourism management: tourism and sectoral systems: proc.; ed. by V.A. Kvaral'nov]. Moscow, Finansy i statistika, 2001, 272 p. [in Russian]
9. Kolesnik O.O. *Ekonomichna otsinka turystychnoi pryvablyvosti Ukrainy* [Economic evaluation of Ukraine's tourist attractiveness]. *Ekonomika. Upravlinnya. Innovatsii*, 2010, No. 1, available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2010_1_12.pdf [in Ukrainian]
10. Aleksandrova A.Yu. *Mezhdunarodnyi turizm: ucheb.* [International tourism: textbook]. Moscow, KNO RUS, 2010, 464 p. [in Russian]
11. Putsenteilo P.R. *Ekonomika i organizatsiya turystychno-gotel'nogo pidpryemnytstva: navch. posib.* [Economics and organization of tourist and hotel enterprises: textbook]. Kyiv, Tsentri uchbovoi literatury, 2007, 344 p., available at: http://tourlib.net/books_ukr/putentejlo.htm [in Ukrainian]
12. Rutins'kii M. *Doslidnyts'kyi potentsial vykorystannya teorii «Ierarkhii potreb» A. Maslou u rekrealogii, kurortologii ta praktytsi turystychnogo biznesu* [Research potential use of the A. Maslow's «hierarchy of needs» theory Maslow recreology, balneology and practice of tourist

business]. *Visnyk L'vivs'kogo universytetu. Ser. «Geografiya»*, 2009, Issue 36, pp. 282–291 [in Ukrainian]

13. Savchuk L.N., Sokirinskaya I.G. *Informatsionno-analiticheskaya sistema otsenki investitsionnoi privlekatel'nosti predpriyati* [Information-analytical system of enterprises' investment attractiveness evaluation]. *Personal*, 2000, No. 1 (55), pp. 138–141 [in Russian]

14. Zakharchenko P.V., Savushkin D.I. *Model' rozvytku kurortno-rekreasiinoi ekonomiki na osnovi transformatsiinogo tsiklu* [Development model of resort and recreational economy through the transformational cycle]. *Problems of economy*, 2015, Issue 1, pp. 349–355, available at: http://www.problecon.com/pdf/2015/1_0/349_355.pdf [in Ukrainian]

15. Koyuda P.M., Koyuda O.P. *Otsinka investytsiinoi pryvablyvosti* [Evaluation of investment attractiveness]. Aktual'ni problemy ta perspektyvy rozvytku finansovo-kredytnoi systemy Ukrainy: zb. nauk. prats'. *Xarkiv, Finart*, 2002, pp. 349–351 [in Ukrainian]

16. Artemenko O.I., Viklyuk Ya.I. *Vykorystannya nechitkoi logiki dlya vyznachennya rekreasiinogo potentsialu terytorii* [The use of fuzzy logic in determination of territorial recreational potential]. *Natsional'na biblioteka im. I.V. Vernads'kogo*, available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/ISM/2008_631/06.pdf [in Ukrainian]

17. Kolendo E.T. *Otsenka turisticheskoi privlekatel'nosti malykh gorodskikh poselenii Respubliki Belarus'* [Tourist attractiveness evaluation of the small urban settlements in the Republic of Belarus]. *Elektronnaya biblioteka BGU*, available at: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/2355> [in Ukrainian]

18. Gadeudina E.D. *Ispol'zovanie metoda ekspertnoi otsenki dlya opredeleniya tselesoobraznosti razvitiya infrastruktury turistskogo regiona v raionakh Sakhalinskoi oblasti* [The use of the expert assessment method to determine the feasibility of infrastructure development of tourist region in the districts of the Sakhalin oblast]. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii*, 2009, Issue 1, pp. 60–63, available at: <http://izvestia.isea.ru/pdf.asp?id=4847><http://izvestia.isea.ru/pdf.asp?id=4847> [in Russian]

19. Voevodina U.N. *Organizatsionno-ekonomicheskii mekhanizm diversifikatsii turistskogo produkta na regional'nom urovne: avtoref. dis. kand. ekon. nauk* [Organizational and economic mechanism for diversification of the tourism product at the regional level: author. diss. candidate economic sciences]. *Moscow*, 2012, 25 p. [in Russian]

Отримано 23.12.15

Давыдова О.Г., кандидат экономических наук, ассистент кафедры менеджмента инновационной и инвестиционной деятельности Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

МЕТОДЫ ОЦЕНИВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ СТРАНЫ

Определена роль туристической отрасли в мире. Проанализированы подходы к определению термина «туристическая привлекательность региона» и предоставлено собственное определение. Рассмотрены факторы роста привлекательности всех регионов мира. Обобщены и охарактеризованы основные факторы, характеризующие туристическую привлекательность регионов. Представлен сравнительный анализ существующих методов оценки туристической привлекательности, выявлены преимущества и недостатки каждого из них. Предложено использование многомерного статистического анализа для определения индекса туристической привлекательности регионов.

Ключевые слова: туристическая привлекательность, методы оценки туристической привлекательности, многомерный статистический анализ, индекс туристической привлекательности.

Davydova O.G., PhD. (Economics), teaching fellow, department of innovation and investment activity management, Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE EVALUATION METHODS OF TOURIST ATTRACTIVENESS IN THE REGIONS

The author explains the role of tourism industry in the world, analyzes approaches to the definition of «tourist attractiveness in the region» and provides her own definition. Paper highlights main influence factors of the attractiveness level of the four regions. The work presents a comparative analysis of existing assessment methods of tourist attractiveness, and their advantages and disadvantages. Author suggests the use of multivariate statistical analysis to determine tourist attractiveness index of the regions.

Keywords: tourist attractiveness, assessment methods of tourist attractiveness, multivariate statistical analysis, tourist attractiveness index.