



KAPITEL 6 / CHAPTER 6⁶

ASSESSMENT OF THE ATTRACTIVENESS OF THE TOURIST DESTINATION OF SMALL TOWNS OF UKRAINE

DOI: 10.30890/2709-2313.2024-27-00-014

Вступ

Історично склалось, що об'єктами туристичних дестинацій були великі міста. Саме в них були цікаві архітектурні та оборонні рішення, які захоплювали цікавість туристів з давніх часів і дотепер. Також великі міста завжди відзначались новаторськими рішеннями у комфорті перебування гостей міста: готелі, ресторани, кафе, екскурсії, транспортні рішення. Проблемою малих міст є відсутні або занедбаність історичних пам'яток, нерозвинена інфраструктура навколо цих місць. Ще більшою проблемою є відсутня інформація про місто та його особливості, які можуть зацікавити потенційних туристів. Також помітною проблемою є «нерозкрученість» малих міст як бренду туризму, недостатня або відсутня інформація в мережі інтернет стосовно основних магнітів міста для туристів. Розвиток туристичної галузі саме малих міст України, особливо в повоєнний період, має неабияке значення для відновлення туристичних потоків та економічного зростання регіонів.

Досліджено проблеми розвитку туристичних дестинацій малих міст України на прикладі м. Сміла, Черкаської області, проаналізовано можливості розвитку туризму в даному регіоні, розроблено туристичний логотип м. Сміла та проведено оцінку привабливості туристичної дестинації.

6.1. Перспективи розвитку туризму малих міст України

28 липня 2023 р. Верховна Рада України прийняла Закон «Про порядок вирішення окремих питань адміністративно-територіального устрою України» [1] згідно до якого оновлено класифікацію населених пунктів, а саме: місто має

⁶*Authors: Baiev Vadym, Melnyk Iryna, Belinskyi Oleksandr*



мати не менш 10 тис. населення; селищем вважають населені пункти із загальною чисельністю жителів не менш як 5 тис. населення; село є населеним пунктом із загальною чисельністю менше 5 тис. та садибною забудовою. Станом на 23 лютого 2022 року в Україні налічувалося 187 міст обласного значення. З утворенням територіальних громад внаслідок адміністративно-територіальної реформи в Україні статус міст обласного значення був нівельований.

Основу української економіки становлять багатогалузева промисловість, сільське господарство і сфера послуг в тому числі і інфраструктура туризму. Основною формою територіальної організації туристичної діяльності виступають поселення, серед яких провідне місце займають малі історичні міста, як найбільші центри попиту туристичних послуг та їх пропозиції. У них зосереджено велику кількість пам'яток історії, культури та архітектури, які є привабливими екскурсійними об'єктами, в поєднанні з пам'ятками природи та садово-паркового мистецтва створюють найкращі передумови для розвитку туризму [2].

Місцева туристична дестинація – це фізичний простір, який включає турпродукти, допоміжні послуги та пам'ятки, а також туристські ресурси, відвідування яких разом з дорогою туди і назад займає не менше одного дня.

Туристичну привабливість дестинації можна визначити як наявність туристично-рекреаційних, інфраструктурних, соціально-економічних та інших характеристик дестинації, які формують туристичний інтерес до дестинації та спонукають туриста до здійснення подорожі саме до цієї дестинації.

Дослідження та встановлення туристичних можливостей малих історичних міст є край важливим для подальшого розвитку країни, розкриття перлин національної сутності української держави, як для внутрішнього туриста, так і для іноземця.



6.2. Оцінка перспективи розвитку туризму міста Сміла, Черкаської області

Туризм в сучасному світі - одна з найбільш масових, дохідних і динамічних галузей світового господарства. Для розвитку малих міст з цінною історико-культурною спадщиною він може і повинен стати одним з пріоритетних напрямів. Критеріями сприятливості поселень для розвитку туризму є наявність в них об'єктів, що відповідають наступним вимогам:

- унікальність, незвичність, відсутність аналогів в інших регіонах;
- широка популярність;
- пізнавальна цінність, зв'язок з важливими історичними подіями, видатними особистостями світової історії;
- висока художня цінність самого об'єкта і його оточення;
- збереження і підготовленість до показу;
- зручність і доступність розташування [3].

Черкаська область - давно заселена місцевість, що знаходилася на перетині важливих торгівельних шляхів. Завдяки цьому сформувалася давня система населених пунктів, які виникали спочатку як фортеці і були стратегічними пунктами в оборонній системі довкола місць проживання, а згодом, у них почали концентруватися ремесла і торгівля. Значний вплив на формування малих міст Черкащини мали і природні чинники - рельєф, клімат, лісові, земельні, мінеральні ресурси та основна водна артерія країни – річка Дніпро. У поєднанні з особливостями історичного розвитку вони відіграли вирішальну роль у формуванні системи розселення. Вплив рельєфу, зокрема його рівнинність, близькість ґрунтових вод, позначився на розташуванні поселень на підвищених, вододільних ділянках, розмірах населених пунктів, особливостях заселення. Малі міста Черкащини мають своє неповторне обличчя, багату архітектурну, історичну, культурну спадщину і протягом значного історичного періоду були комфортними для проживання людей.

Цим критеріям повністю відповідає місто Сміла Черкаської області України. Статус міста Сміла отримала в 1773 р., коли загони гайдамаків під проводом Максима Залізняка захопили поселення. Сміла отримала Магдебурзьке право,



що дозволяло їй стати окремим адміністративним суб'єктом. Хоча згадки про неї у письмових джерелах зустрічалися ще в 1552 р.

На сьогодні Сміла є адміністративним центром району. Як центр Смілянської міської громади, вона теж розвивається досить швидкими темпами. Тут превалюють машинобудування та металургія. Туристична галузь поки що не надто розвинена, але має великі перспективи.

Останнє дослідження оцінки туристичної привабливості міста було проведено у 2022 році шляхом опитування громади міста. На основі аналізу аналітичної та економічного прогнозування Смілянської міською Радою було затверджено «Стратегію розвитку Смілянської міської територіальної громади до 2027 року» в якій значне місце зайняв детальний план розвитку туристичної сфери з урахуванням розвитку інфраструктури міста [4].

За проведеними дослідженнями та методикою бальної оцінки привабливості туристичної дестинації проведено оцінку привабливості туристичної дестинації м. Сміла, результати якої представлено в Таблиці 1.

Згідно до даної методики спочатку виділяють набір параметрів, що характеризують привабливість туристичної дестинації та які є порівнюваними. Причому, для різних дестинацій цей набір параметрів може відрізнятися, але, зрештою, кожна дестинація буде характеризуватися одним показником, який має назву «індекс привабливості туристичної дестинації».

Набір параметрів, що описує привабливість туристичної дестинації формалізуємо за моделлю Н.С. Морозової:

$$F(X_i) = \prod_{j=1}^j \prod_{p=1}^p \prod_{q=1}^q Y_{jprq} \cdot 1000, \quad i \quad (1)$$

$$X_i = X$$

Модель містить такі параметри:

X_i – привабливість дестинації за оцінкою i -го експерта, $i = 1, 2, \dots, I$, де i – кількість експертів; Y_j – обрані показники, $j = 1, 2, \dots, j$, де j – кількість показників; Y_{jp} – ознаки показників, $j = 1, 2, \dots, j$ – відповідає номеру показника, $p = 1, 2, \dots, d$ (m) – кількість ознак обраного показника; Y_{jprq} – рівні оцінок ознак, $q = 1, 2, \dots, q$, де q – кількість рівнів оцінок; R_j, r – вагові коефіцієнти.



Таблиця 1. Оцінка привабливості туристичної дестинації м. Сміла

Показник (Yj)	Ваговий коефіцієнт показників (Rj)		Ознаки (Yjp)	Ваговий коефіцієнт ознаки (rp)		Рівні оцінок (шкала оцінок) (Yjprq)				
	y %	y балах		y %	y балах	1	2	3	4	5
Наявність туристично-рекреаційних ресурсів	30	300	Наявність пам'ятників історії та культури	30	90	0	20	50	80	90
			Наявність місць відомих історичних подій	25	75	0	10	30	70	75
			Наявність архітектурних та археологічних пам'ятників	15	45	0	10	20	40	45
			Наявність мінеральних джерел	10	30	0	5	10	20	30
			Наявність пляжів біля річки	5	15	0	3	7	11	15
			Наявність курортів і санаторіїв	5	15	0	3	7	11	15
			Проведення відомих культурних заходів	5	15	0	3	7	11	15
			Проведення музичних і фольклорних фестивалів	5	15	0	3	7	11	15
	11,2	112	Усього	100	300	0	13	84	0	15
Інфраструктура туристичної дестинації	30	300	Наявність готелів певної зірковості, що цікавить туриста	30	90	0	20	50	80	90
			Наявність закладів ресторанного господарства	25	75	0	10	30	70	75
			Інтерес туриста до національної кухні	20	60	0	10	20	40	60
			Наявність громадського транспорту	10	30	0	5	10	20	30
			Завантаженість доріг	10	30	0	5	10	20	30
			Наявність пунктів прокату спорядження	3	9	0	2	4	6	9
			Наявність розважальних об'єктів	2	6	0	1	2	4	6
	21,1	211	Усього:	100	300	0	22	0	24	165
Доступність	20	200	Віддаленість від місця проживання туриста	25	50	0	10	20	40	50



туристичної дестинації			Вартість тур пакета в дестинацію	25	50	0	10	20	40	50
			Різновид видів трансферу	15	30	0	5	15	25	30
			Наявність безпересадочного трансферу	15	30	0	5	15	25	30
			Вартість супутніх послуг	10	20	0	5	10	15	20
			Наявність достатньої кількості інформації по дестинації	10	20	0	5	10	15	20
	10,5	105	Усього:	100	200	0	25	0	0	80

Комфортність перебування в дестинації	10	100	Ступінь доброзичливості місцевого населення до туристів	40	40	0	5	15	30	40
			Якість громадських пляжів	20	20	0	5	10	15	20
			Чистота річкової води	15	15	0	3	5	10	15
			Рівень сервісу на пляжі	15	15	0	3	5	10	15
			Гучна музика	10	10	0	2	4	7	10
	6,2	62	Усього:	100	100	0	3	4	55	0
Безпека перебування в дестинації	10	100	Можливість отримання необхідної медичної допомоги	40	40	0	5	15	30	40
			Рівень злочинності в дестинації	20	20	0	5	10	15	20
			Загальний екологічний та епідеміологічний стан	15	15	0	3	5	10	15
			Збереженість багажу на транспорті та в готелях	15	15	0	3	5	10	15
			Наявність прикордонної зони з «гарячими точками»	10	10	0	2	4	7	10
	6,5	65	Усього:	100	100	0	0	15	40	10
Результат дослідження	55,5 %	555 бал								



Модель дозволяє знайти $F(X_i)$ – невід’ємне число, яке зростатиме відповідно до покращання привабливості дестинації.

Як видно з Таблиці 1, показники наявності туристично- рекреаційних ресурсів, інфраструктури туристичної дестинації, доступності туристичної дестинації, комфортності перебування в дестинації та безпеки перебування свідчать про великий потенціал розвитку туризму в Смілянському регіоні.

6.3. Перспективи привабливості туристичної дестинації м. Сміла Черкаської області

Задля ще більшої привабливості туристичної дестинації м. Сміла та її популяризації, PR компанії пропонується міській Раді Сміли затвердити туристичний логотип міста, якого на превеликий жаль і досі не має.



Рисунок 1 – Туристичний логотип м. Сміла

(авторська розробка)

Туристичний логотип міста може допомогти з пізнаванністю міста для потенційних туристів. Запропоновано зобразити на туристичному логотипі такі елементи:



- паровоз, як символ однієї з перших вузлових станцій України;
- цукровий буряк;
- морозиво;
- перехрестя у вигляді перетину осей морозива і цукрового буряка.

Місто має назву на честь сміливої дівчини, котра відвела ворога у болота замість табору козаків. На жаль, окрім боліт пересічний турист не може відвідати бодай якісь історичні пам'ятки, пов'язані з козаками. А вони є - це таємні штольні, котрі мають входи біля підніжжя Юрової гори, де раніше розташовувалась козацька фортеця. Через аварійність та брак коштів для реконструкції штолень - входи замуровані. Ці печери недосліджені, тому навколо них є безліч теорій, котрі можуть зацікавити туристів побувати у місцях, сповнених козацької енергії.

Справедливо додати Смілу у туристичний маршрут "Золота підкова Черкащини", який проходить через місто без зупинки для туристів.

Із досвіду створення туристичних магнітів інших країн, навіть неглибокі екскурсії у штольні можуть бути надзвичайно популярними. Для цього необхідно створити безпечні умови для відвідувачів штольні.

Окрім цього місто має цікаву індустріальну історію. За часів графа Бобринського (цукрового магната) у місті були збудовані величезні цукрові заводи, на місці деяких із них пізніше влаштували цілі поселення і місцеві досі, обробляючи городи, знаходять цеглини із гравюрама заводу. Цукровий буряк як сировина для цукру став рушієм розвитку міста.

Завдяки розвитку цукрової промисловості у місті були великі цукрові заводи і для транспортування продукції була збудована розвинена мережа залізничних колій, що зробило Смілу не лише цукровим краєм, а і залізничним вузлом. Станція імені Т.Г.Шевченка (раніше станція графа Бобринського) є однією із впізнаваних візитівок міста, тому що знаходиться у самому центрі країни і пропускає потяги у всіх напрямках.

Майже кожен українець бачив паровоз на південному вокзалі станції. Містяни із великим задоволенням подорожують паровозом зі Сміли у Черкаси та



у зворотному напрямі на знакові свята (день залізничника, день незалежності). Туристичний поїзд може бути регулярним - декілька днів на місяць, наприклад - тим самим залишивши унікальним цю атракцію та створивши магніт для туристів, котрі бажають відчутти романтику епохи паровозів.

Наразі у Смілі є діючі фабрики морозива Ласунка, Ажур та Хладик, які виготовляють морозиво для всієї країни та створюють конкуренцію, що в свою чергу підвищує якість морозива. У теплу пору року на свята у парках та площах міста проходять змагання на ярмарках морозива, які стали традицією на місцевому рівні. Зі збільшенням потоку туристів у місто ярмарки можуть перерости у фестивалі і стати відомою подією національного масштабу для чого необхідно включення міста Сміла до туристичного маршруту «Золота підкова Черкащини» [5].

Смілянське сало є гастрономічною родзинкою міста відомою на теренах всієї України. Гурмани із інших країн замовляють смілянське сало як делікатес. Смілянському салу планували встановити пам'ятник на пішохідній вулиці у центрі міста і це може бути третій в Україні пам'ятник салу.

Висновки

Малі міста в структурі міського розселення є найчисельнішою групою серед усіх міст і відіграють важливу роль в територіальній організації суспільства. Вони мають особливе значення для подальшого розвитку туризму. Особливо в цій категорії виділяються історичні міста. Кожне мале історичне місто, особливо - це окрема сторінка літопису України.

Представлена робота обґрунтовує перспективні напрями розвитку туризму в Україні на прикладі дестинації міста Сміла Черкаської області. Проведено розрахунки оцінки привабливості туристичної дестинації та розроблено туристичний логотип Сміли. Малі міста України мають безліч історичних пам'яток, гастрономічну унікальність та природні ландшафти, які можуть бути



туристичними магнітами не тільки для внутрішніх а і для багатьох іноземних туристів, що має значною мірою поповнити бюджет регіонів. Для збільшення привабливості малих міст для туризму необхідно провести реконструкцію історичних пам'яток, провести інформаційну, PR-кампанію з розробки та просування туристичної привабливості не тільки на місцевому, а і на державному рівні.