

развлечения, сувениры и т.п.), а также проводить гибкую политику в области использования различных систем поощрения клиентов (разнообразные системы скидок постоянным и корпоративным клиентам).

Критические замечания и дополнения по поводу затронутой темы, а также возможная консультационная поддержка будут с благодарностью приняты по e-mail: andrenko@ksame.kharkov.com

Получено 17.01.2002

УДК 796.51

МУСАНА М.О.ОМУШ

Харьковская государственная академия городского хозяйства

ОЦЕНКА ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАН БЛИЖНЕГО ВОСТОКА

Излагается рейтинговая оценка туристской привлекательности стран Ближнего Востока. Дана формула расчета конкурентоспособности регионов. Особое внимание уделено оценочным показателям Иордании – страны автора.

Для разработки и успешного проведения эффективной туристской политики важное значение имеет оценка привлекательности туристских регионов. Для этого туристские фирмы и агентства широко используют метод анкетного или безанкетного опроса самых различных групп населения, ориентируясь на предполагаемых потенциальных туристов. Большую ценность представляет также опрос граждан, которые побывали в качестве туристов в изучаемых регионах. С этой точки зрения большой интерес представляют материалы интервью, которые во второй половине 90-х годов дважды проводились в гостиницах и аэропортах Аммана и Акабы специалистами Иордании. Первое обследование охватило 997, второе – 2021 респондентов.

Изучение нами материалов этих интервью дало возможность прийти к заключению, что хотя их данные имеют очень важное значение для оценки уровня туристского обслуживания в стране, однако для решения стратегических задач перспективного развития туризма сегодня требуются новые подходы. В этом плане была исследована туристская привлекательность стран Ближнего Востока по нами разработанной методике. Полученные статистические результаты были обобщены с использованием электронных таблиц EXCEL. Рейтинговые показатели опроса туристской привлекательности стран ближневосточного региона приведены в табл.1. По этим показателям на первом месте стоит Египет – 8 баллов, далее следуют Иордания, Израиль и Саудовская Аравия – 7 баллов, затем Иран, Ирак, Ливан и Сирия – 6 баллов и наконец Алжир – 4 балла. Таким образом, общий

Таблица 1 — Средние рейтинговые показатели опроса туристской привлекательности стран ближневосточного региона

№ п/п	Страны	Общий рейтинг региона	Природно-климатические условия для отдыха и оздоровления	Социальная стабильность и безопасность	Транспортная доступность	Экономический интерес	Духовная привлекательность в центры религиозного поклонения	Привлекательность памятников истории	Культурно-образовательная привлекательность центров	Средние рейтинговые показатели
1.	Алжир	4	5	3	5	4	5	4	5	4
2.	Египет	8	8	7	7	7	7	9	8	8
3.	Иран	6	5	5	6	6	6	6	6	6
4.	Ирак	5	5	4	5	6	7	7	6	6
5.	Израиль	7	7	4	7	6	8	7	7	7
6.	Иордания	6	6	6	7	6	7	8	7	7
7.	Ливан	5	7	6	6	6	6	6	6	6
8.	Саудовская Аравия	7	5	7	7	7	8	6	6	7
9.	Сиря	6	6	6	7	6	6	8	7	6
10.	Арабские Эмираты ОАЭ	7	7	8	8	9	5	5	6	7

рейтинг Иордании довольно высокий. Однако главная ценность показателей данной таблицы состоит в том, что имеется возможность оценить сравнительную туристскую привлекательность Иордании с другими странами Ближнего Востока по каждому рейтинговому показателю. А это позволяет установить степень конкурентоспособности туристских фирм и агентств страны. Прежде всего рассмотрим общий имидж региона. Здесь Иордания находится на шестом месте, уступая Египту (2 балла), Израилю и Саудовской Аравии (по 1 баллу). По природно-климатическим условиям для отдыха и оздоровления страна также стоит на шестом месте, уступая Египту (2 балла), Израилю и Ливану (по 1 баллу). С точки зрения социальной стабильности и безопасности Иордания имеет рейтинговый показатель 6 и отстает от Арабских Эмиратов (2 балла) и от Египта и Саудовской Аравии (по 1 баллу). Транспортная доступность туристских регионов Иордании весьма высокая – 7 баллов. По этому показателю она лидирует наравне с Египтом, Израилем, Саудовской Аравией и Сирией и уступает один балл Объединенным Арабским Эмиратам.

Привлекательность по экономическим интересам оценивается респондентами в 6 баллов. Здесь отставание в 3 балла наблюдается от Арабских Эмиратов и от Египта и Саудовской Аравии (по 1 баллу).

Как центр религиозного паломничества Иордания имеет 7 баллов и уступает Саудовской Аравии и Израилю (по 1 баллу). Следует при этом заметить, что общеизвестным фактом является то, что Саудовская Аравия является центром мусульманского паломничества, а Израиль связан с истоками трех религий – мусульманской, христианской и иудейской. Видимо респонденты достаточно учитывали при заполнении анкет именно эти особенности.

Очень высокий рейтинг Иордании по привлекательности памятников истории – 8 баллов. Здесь страна уступает только Египту (1 балл). В связи с этим следует отметить, что Иорданские археологические памятники в последние годы благодаря интенсивным изысканиям историков и археологов страны приобрели широкую мировую известность. Это обстоятельство стало важным фактором туристской привлекательности. Подтверждением сказанного являются приведенные в табл.2 данные о численности туристов, приезжающих в города и музеи страны для ознакомления с археологическими достопримечательностями.

Показатель культурно-образовательной привлекательности по рейтинговой оценке для Иордании равен 7 баллов, что на 1 балл ниже от Египта.

Рассмотрев рейтинговые значения по разным факторам, считаем

Таблица 2 – Число туристов, приезжающих в Иорданию с целью ознакомления с памятниками археологии и истории

Города и музеи	Годы								
	1994	1995	1996	1997	1998	1999			
Петра	200505	337221	414448	380527	347109	429644			
Джераш	181692	283397	279092	246555	226099	264000			
Малаба	106062	169258	164183	152545	124714	173505			
Амогес	1960	194735	141541	172267	137408	137475			
Аджлун	18050	97350	100999	136241	145013	154574			
Карак	53812	73900	83449	99372	90848	124745			
Вади Рам	48254	67971	70997	63214	71458	78352			
Петла	-	41343	32500	42074	67480	42882			
Ам-Альжмаль	-	-	-	4251	3087	2544			
Мкайер	-	-	-	-	13206	15361			
Монт Небо	126506	196649	204346	174676	150145	185050			
Музей Малабы	8250	8884	6027	11050	9320	13037			
Музей фольклора	36600	49835	43250	40720	34415	32455			
Музей Аммана	54382	54332	50100	50125	39650	48130			
Музей Акабы	6673	9453	8097	7010	2224	6191			

целесообразным определить по этим данным степень конкурентоспособности туристского ресурса Иордании. Для этого можно использовать формулу

$$K_i = \sum_{j=1}^m B_j \times N_j / \sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n A_i, B_j,$$

где K_i – коэффициент конкурентоспособности для i -й страны; B_j – рейтинговые показатели факторов туристской привлекательности; N_j – число используемых в расчетах факторов туристской привлекательности; A_i – рейтинговые показатели туристской привлекательности i -й страны.

Проведенные нами расчеты с использованием электронных таблиц EXCEL дали следующие результаты:

Таблица 3 – Коэффициенты конкурентоспособности туристской привлекательности стран Ближнего Востока

Страна	Значение K_i
Алжир	0,70
Египет	1,40
Иран	1,05
Ирак	1,05
Израиль	1,22
Иордания	1,22
Ливан	1,05
Саудовская Аравия	1,22
Сирия	1,05
Арабские Эмираты	1,22

При разработке конкретной программы развития туризма в определенном регионе нужно по рейтинговым показателям туристской привлекательности, значения которых ниже чем у конкурентов, определить вторичные факторы, а затем рассчитать необходимые инвестиции, обеспечивающие повышение влияния вторичных факторов. Например, одним из вторичных факторов, влияющим на рейтинг имиджа, является привлекательное освещение региона в рекламе. Именно слабое рекламирование рекреационных зон, а также многих других преимуществ туризма в стране является причиной недостаточно высокого рейтинга общего имиджа Иордании по сравнению с Израилем, Саудовской Аравией, Объединенными Арабскими Эмиратами и Египтом. Другим примером вторичного фактора могут служить данные о средней продолжительности и количестве пребывания туристов в раз-

ных местах остановок (табл.4). На первом месте стоит столица Иордании Амман. Здесь наиболее развиты транспортная инфраструктура и гостиничный комплекс, поэтому по числу туристов и средней длительности их пребывания город лидирует. На втором месте находится Петра. Сюда приезжает много туристов, однако для длительного отдыха условий здесь нет, поэтому средняя длительность пребывания составляет всего 1,7 дня. Самая большая длительность пребывания туристов в Аммане – 4,09 дня и Мадабе – 3,08 дня, однако отдыхающих сюда приезжает мало из-за плохого транспортного сообщения и неудовлетворительной связи с объектами коммуникаций (почта, телеграф, факс и т.п.).

Таблица 4 – Данные о количестве и сроках пребывания туристов в разных местах Иордании в 1998 г.

Пункты пребывания туристов	Обычные туристы	Транзитные туристы (одна ночь)	Среднее количество дней пребывания
Амман	228,306	613,399	2,69
Петра	144,992	246,340	1,70
Акаба	76,340	174,172	2,28
Вади Рам	7,986	14,261	1,79
Мертвое море	3,621	10,628	2,94
Карак	2,408	2,791	1,16
Ирбид	1,035	1,172	1,13
Маап Спа	991	1,241	1,25
Азрак	491	599	1,22
Апаган	198	810	4,09
Мадаба	37	114	3,08
Джараш	36	36	1,00
Мант Непо	2	2	1,00
Другие пункты	2,053	3,947	1,92

Нужно обратить внимание на необходимость развития гостиничного комплекса и улучшения условий для отдыха в таких туристских центрах как Карак и Ирбид, где средняя продолжительность пребывания составляет 1,16 и 1,13 дней.

Проведенный нами анализ позволяет сделать вывод, что рекреационные зоны стран Ближнего Востока включают в себя все природно-климатические условия и современную инфраструктуру культурно-оздоровительных систем, обеспечивающих восстановление жизненных сил, здоровья и культурно- познавательных потребностей челове-

ка. При этом страна автора – Иордания располагает всеми составляющими рекреационных услуг.

Получено 17.01.2002

УДК 338.48

I.V.FIRSOVA

Kharkiv State Academy of Municipal Economy

HOTEL SECTOR DEVELOPMENT WITHIN THE MODERN CITY STRUCTURE

The international experience as a mean to improve the hospitality industry and stimulate the city economy growth has been treated. The role hotel sector in creating new jobs and decreasing the unemployment rate has been also shown.

Розглянуто міжнародний досвід удосконалення галузі готельного господарства і стимуляції економічного росту життя городян. Показана роль готельного сектора у створенні нових робочих місць і зниженні рівня безробіття.

Modern city growth is entirely connected with the transportation development and the worldwide growing migration.

In many cities, transportation management has become a key component of economic development, supported by sophisticated computer simulation. By entering routine traffic and pedestrian counts, parking garage volumes and transit schedules and stops into one centralized database, transportation managers continually monitor traffic and transit patterns, evaluate changes in parking regulations, and measure the impact of new development. Parking and transit are support services that can enhance the competitiveness of downtown if they are coordinated and if pricing, regulation and enforcement policies balance the needs of traffic and commerce.

One of the most recent trends of the Western city transportation development is establishing a private sector transportation management association to work in partnership with public agencies to improve the coordination of transportation efforts.

Moreover currently for an increasingly large share of the economy, a particular business does not have to be anywhere in particular. This means that today, to a much greater extent than in the past, jobs can follow people rather than the reverse. As a result, businesses are more likely to locate where the people want to live. An analysis of wage data from the Pennsylvania Department of Labor & Industry conducted by Central Philadelphia Development Corporation indicates that employment grew significantly in the hospitality and entertainment sectors from 1995 and