

Посохов І.С. Туристичні показники України: куди вони приведуть? / І.С. Посохов // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети. Матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції 9 листопада 2012 року. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – С. 89-92.

Посохов І.С., к.і.н., доц.
ХНУ ім. В.Н. Каразіна
м. Харків, Україна

ТУРИСТИЧНІ ПОКАЖЧИКИ УКРАЇНИ: КУДИ ВОНИ ПРИВЕДУТЬ?

Останніми роками ми бачимо курс нашої країни на світле туристичне майбутнє. Для досягнення цієї мети влада робить багато кроків і витрачає немало грошей, у тому числі й на встановлення туристичних показників. 15 квітня 2013 року в Україні набули чинності нові Правила дорожнього руху, що передбачають низку змін, і серед них – нові «знаки туристичного орієнтування». Чи зможуть вони допомогти розвитку туризму у країні?

У багатьох країнах світу туристичні знаки мають коричневий фон з білими літерами та є частиною дорожньо-пізнавальних знаків, їх основною метою є направлення відвідувачів до туристичних дестинацій на останньому етапі подорожі. Типові об'єкти, що можуть бути позначені на таких туристичних показниках – музеї, замки та монастирі, парки та сади, спортивні споруди, іподроми, кемпінги, місця для пікніку тощо. Вперше туристичні показники з'явилися у Франції в середині 1970-х рр. З того часу ідея спрямування туристів із використанням особливих коричневих знаків набула розповсюдження в світі. Загалом, туристичні показники використовуються для того, щоб: 1) вказати на важливі туристичні дестинації у навколишній місцевості, наприклад, у місті або селі; 2) позначити маршрути спеціальної тематики, наприклад, так звані маршрути вихідного дня; 3) повідомити про наявність поблизу ландшафтів, міст та районів, цікавих для туристів, не вказуючи конкретний напрям. У багатьох країнах дизайн туристичних показників уніфікований з метою забезпечення

однакового зовнішнього вигляду. На додаток до коричневого та білого кольорів, використовуються специфічні шрифти, що легко читаються. Для збільшення корисності для туристів, написи часто роблять на двох мовах. Піктограми, що використовуються поряд з текстом, є максимально простими, зрозумілими, лише у коричнево-білому забарвленні (Рис. 1).



Рис. 1. Міжнародні туристичні покажчики

В Україні на сьогодні, окрім туристичних покажчиків на коричневому тлі, застосовуються дорожні знаки, що читаються як «Визначні місця», а також декілька сервісних знаків, що сповіщають про наближення до кемпінгів, готелів тощо (Рис. 2).

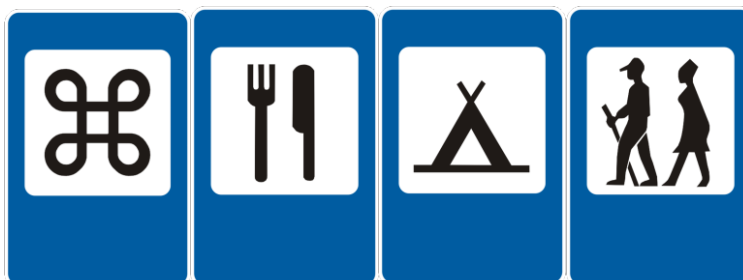


Рис. 2. Інформаційні дорожні покажчики України

До того ж, широко використовуються інформаційні знаки (чорні літери на білому тлі), що сповіщають про наближення до туристичних об'єктів, вказують напрям та відстань до них. Таким чином, туристи в Україні стикаються з існуванням декількох систем дорожніх покажчиків, що виконані в різних графічних та кольорових стилях.

Нажаль, на сьогодні в Україні встановлено дуже мало туристичних покажчиків будь-якого вигляду. Наведемо лише один приклад: автору так і не вдалося знайти жодного (!) туристичного покажчику поблизу або в самому м. Каневі, який би містив інформацію про наближення до Тарасової гори, що є складовою частиною Шевченківського національного заповідника «Тарасова гора» – місця, де поховано видатного українського поета Тараса

Шевченка. Через це дістатися до туристичних об'єктів буває вкрай важко. До того ж, місцеві жителі нерідко теж не дуже добре обізнані у туристичних атракціях свого краю і тому розраховувати на їх допомогу можна не завжди.

Важливою проблемою є мовний бар'єр. Українська мова заснована на кирилиці, тому читання або хоча б інтерпретація написів і текстів, зроблених нею, для більшості туристів із Західних країн є вкрай складним завданням, а транслітерація показників і переклад текстів зустрічається в Україні не часто. Також можна відзначити практично повну відсутність в країні показників на пам'ятки в звичному для іноземного туриста (світло-коричневому) кольорі. У той же час, ситуація поступово змінюється, і зараз вже можна зустріти дорожні знаки, продубльовані латиницею. Крім того, дуже мало людей в країні можуть вільно розмовляти хоча б англійською мовою.



Рис. 3. Дорожні знаки, продубльовані латиницею

Необхідність встановлення нових туристичних показників назріла вже давно, однак, увагу цьому питанню у багатьох регіонах України було приділено лише напередодні чемпіонату з футболу Євро-2012.

Так, вздовж доріг у деяких областях було встановлено туристичні інформаційні показники «європейського» рівня на коричневому тлі. Показники встановлені на основних трасах Київської області до об'єктів, які входять в комплексний туристичний маршрут «Золоте сузір'я Київщини» (Рис. 4).



Рис. 4. Туристичні покажчики у Київській області

Це перший етап встановлення туристичних покажчиків на Київщині, що дає можливість поліпшити умови відвідання гостями туристичних об'єктів регіону. Наприклад, на Рівненщині також було встановлено близько десяти туристичних покажчиків, оформлених у європейській традиції. Вони розташовані на трасі Київ – Чоп та спрямовують туристів в Дубенський державний історико-культурний заповідник. В АР Крим в рамках проекту з розвитку туризму за програмою ЄС «Підтримка спільної ініціативи співпраці в Криму» вздовж доріг з'явилися таблички і покажчики туристичних маршрутів англійською мовою.

У 2012 році у Києві було встановлено 180 туристичних покажчиків і стендів, які допомагали вболівальникам чемпіонату Євро-2012 орієнтуватися містом. В основному вони знаходяться в історичному центрі Києва. На картах міста також було відмічено 13 туристичних маршрутів. До того ж, у Києві було затверджено єдині зразки будинкових покажчиків із назвою вулиці, проспекту і т.д., а також номером будинку. Нові туристичні покажчики є не лише у столиці, а й у деяких інших містах країни. Написи на інформаційних конструкціях зроблені англійською та українською мовами (Рис. 5).



Рис. 5. Туристичні покажчики у містах України

У містах, що приймали Євро-2012, з'явилася система умовних позначень для гостей турніру, створена УЄФА. Було виготовлено 6428 покажчиків, з яких 2520 – для Києва, 1642 – для Донецька, 1170 – для Харкова та 1096 для Львова. В Україні для транспорту знаки виконані на білому фоні, для пішоходів – на фіолетовому. Крім того, була введена єдина безкоштовна інформаційно-довідкова служба підтримки туристів за телефоном: 123. В ній готові відповіді трьома іноземними мовами: англійською, німецькою та італійською; туристу можуть розповісти про те, як і куди доїхати, де розташована та чи інша пам'ятка тощо. Нажаль, після завершення чемпіонату ці покажчики та інформаційні служби було ліквідовано, хоча розташування вокзалів, аеропортів, стадіонів не змінилося.



Рис. 6. Туристичний покажчик до чемпіонату Євро-2012

Таким чином, за останні кілька років були прикладені певні зусилля для поліпшення стану маркування туристичних маршрутів України, але ще багато слід зробити. Звичайно, за великим рахунком, покажчики виготовити не складно. Але, наприклад, для європейських країн та США на сьогоднішній день проблемою є якраз надзвичайно велика кількість туристичних

показників, що спрямовують мандрівників навіть у зовсім незначні туристичні дестинації і часто відволікають водіїв від дороги. Сьогодні потрібні певні зусилля від мандрівника, щоб досягти цілі, не відволікаючись на інші туристичні об'єкти.

Враховуючи, що країна далека не тільки від «перенасичення» показниками, але навіть від «насичення», слід на цьому, початковому етапі чітко виділити «туристичні пріоритети». Зокрема, районні та обласні адміністрації повинні більш чітко визначитися з туристичною політикою в регіонах, позначити ті об'єкти, які формували і формуватимуть «обличчя регіону», а не просто всі, що можуть зацікавити відвідувачів. Слід створити внутрішню ієрархію таких туристичних визначних пам'яток, щоб «не розмінюватися на дрібниці». До того ж, завдання полягає не тільки у встановленні достатньої кількості туристичних показників, зрозумілих для іноземних туристів, але і в розробці інформаційних карт, схем, які пов'язували б об'єкти один з одним, а не змушували мандрівників орієнтуватися тільки за показниками – інформаційна система України повинна відповідати викликам часу. Відповідно, тільки комплексна робота з туристичною інформацією може дати новий імпульс розвитку туризму в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Жила О. Мандрівка наосліп: чому туристи в Україні можуть заблукати? / О. Жила // Новинар. – 25 березня 2009 р. – [Режим доступу]: <http://novynar.com.ua/analytics/life/60761>
2. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг: навч.пос. / Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2011.
3. Мальська М. Туристичний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2-вид. перероб. та доп. / М. Мальська, В.В. Худо. – К.: Центр учбової л-ри, 2012.
4. Смирнов І.Г. Міжнародний туристичний бізнес: Навч.-метод.пос. / І.Г. Смирнов, Н.В. Фоменко. – І.-Ф., 2009.
5. Highways Agency of Great Britain. – [Режим доступу]: <http://www.highways.gov.uk/our-road-network/traffic-signs/tourist-signs/>