

Явкін В.Г., Кирпушко Я.В., Морар А.В.

АТРАКТИВНІСТЬ РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ЗА ЦІНОВИМИ ПРОПОЗИЦІЯМИ В ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Розподіл цінових пропозицій на ринку землі визначається трьома провідними чинниками: привабливістю місць житлової забудови, можливостями рекреаційно – туристичного бізнесу та транспортною доступністю. Досліджено особливості цих процесів у Чернівецькій області.

Распределение ценовых предложений на рынке земли определяется тремя ведущими факторами: привлекательностью мест жилой застройки, возможностями рекреационно-туристического бизнеса и транспортной доступностью. Исследованы особенности этих процессов в Черновицкой области.

Devision price offers on the land market are determined by three main factors: the attractiveness for residential building, opportunities of recreation and tourism business and transportation accessibility. The features of these processes were analyzed in the Chernivtsi region.

Постановка наукової проблеми. Нині сформувалося два основних підходи до визначення економічної (вартісної) оцінки природних ресурсів. З одного боку, величина оцінки природних ресурсів пов'язується з витратами на їх відновлення (відтворення), з іншого, – визначається ефектом від експлуатації.

Дані з економічної оцінки земель є основою при проведенні нормативної грошової оцінки земельних ділянок, аналізі ефективності використання земель порівняно з іншими природними ресурсами та визначенні економічної придатності земель несільськогосподарського призначення для використання у рекреаційних цілях [12].

Для визначення експертної грошової оцінки земельної ділянки використовується не менше трьох методичних підходів, один з яких ґрунтується на грошовій оцінці земельної ділянки. Особлива увага приділяється зіставленню цін продажу подібних земельних ділянок. За основу визначення оцінної вартості земельних ділянок в даному випадку беруться ціни продажу тих ділянок, які за факторами, що впливають на їх вартість, достатньою мірою збігаються з ділянкою, яка оцінюється [6].

Факторами, що впливають на вартість земельної ділянки, виступають: правовий режим земельної ділянки; цільове призначення та функціональне використання земельної ділянки; умови продажу (вільний продаж, змушений продаж); дата продажу (різниця в часі між операціями з продажу, пов'язана із зміною ринкових умов); місцезнаходження (відмінності у розташуванні земельних ділянок в різних природно-кліматичних зонах, у населених пунктах різної категорії та у межах населених пунктів, відстані від населених пунктів, місць розміщення та харчування; враховуються також фізичні характеристики (розмір і конфігурація земельної ділянки та її інженерно-геологічні параметри: ухил

поверхні, стан ґрунтів, режим ґрунтових вод та паводків, заболоченість, прояви небезпечних геологічних процесів, рівень інженерної підготовки, характер та стан об'єктів нерухомого майна); використання прилеглої території (функціональне використання прилеглих земельних ділянок, щільність населення, рівень інженерно-транспортної інфраструктури, стан довкілля) [2, 6].

Аналіз останніх досліджень. В науковій літературі з проблем кількісної оцінки рекреаційних ресурсів відомі праці Багрової Л.А., Бейдика О.О., Веденіна Ю.А., Гудзя П.В., Долішнього М.І., Євдокименка В.К., Ігнатенка О.Г., Кравціва В.С., Любіцевої О.О., Преображенського В.С., Савранчук Л.А., Топчієва О.Г., Циншен Вана [1,3,5,7,13]. Методологічні підходи до визначення вартості земельних ділянок несільськогосподарського використання, що застосовуються відповідно до Методики експертної грошової оцінки земельних ділянок несільськогосподарського призначення, спрямовані на визначення максимально наближеної до ринкової оціночної вартості земельних ділянок.

У роботах Ф. Котлера розглядається окремий напрям — маркетинг місць, в тому числі маркетинг місць відпочинку, як діяльність з метою створення, підтримки, зміни відношення або поведінки щодо певних місць. Власне маркетинг місць відпочинку націлений на залучення рекреантів і туристів на курорти, в певні міста, і навіть країни [8].

Виклад основного матеріалу. Виникає особливий вид економіко-географічних досліджень, який обумовлюється специфікою рекреаційного природокористування як явища і процесу та маркетингової діяльності у цій сфері.

Чернівецька область — рекреаційний регіон багатопрофільного літнього і зимового, гірсько-спортивного і масового оздоровчого відпочинку та бальнеологічного лікування. Область має високий природно-рекреаційний та курортний потенціал, який багато в чому визначає привабливість відповідних земель. Тут на обмеженій території поєднуються гірські ландшафти та лісові масиви передгір'я, річки і джерела лікувальних мінеральних вод, пам'ятки культури, історії. Все це створює необхідні передумови рекреаційного бізнесу та інтенсивного розвитку інфраструктури рекреації [3, 5]. Більша частина закладів рекреації та лікування і майже всі заклади короткочасного відпочинку розміщуються безпосередньо на узбережжі водойм, або поряд.

Як мотиви використання маркетингу рекреаційних територій можна назвати необхідність вивчення споживацьких уподобань та наявних ресурсів, які б їх забезпечили; механізмів ціноутворення з урахуванням цінності окремих ПРР та їх територіальних поєднань; методів стимулювання поведінки споживачів, націленої на задоволення «позитивних» потреб у відпочинку, оздоровленні, розвитку тощо; факторів поведінки споживачів і природокористувачів, включаючи такі їх групи, як соціально-економічні, науково-технічні, суспільно-політичні,

демографічні, національні, культурні, екологічні, особистісні — фізіологічні та психологічні, зовнішні і внутрішні умови середовища проживання та нагальні обставини. Система маркетингу передбачає і дозволяє зрозуміти, під впливом яких обставин споживач/природокористувач приймає рішення, обираючи з певної кількості варіантів; отримує, сприймає і відбирає інформацію; які фактори мають вирішальний вплив на їхню реакцію щодо визначених очікувань.

На основі цього розробляється маркетингова стратегія, націлена на «підкорення» потенційних суб'єктів ринку (природокористувачів і кінцевих споживачів). Залишається сформулювати ефективну систему моніторингу поведінки споживачів [8].

Важливе інтегральне значення інвестиційної привабливості мають цінові пропозиції на землі несільськогосподарського призначення, зокрема землі при водних об'єктах, що пропонуються для забудови об'єктів рекреації. Одним із напрямів дослідження рекреаційно-туристичного потенціалу та успішності відповідної соціально-економічної галузі є вартісна оцінка туристсько-рекреаційних послуг відповідного підприємства. Опосередкованими оцінковими інструментами дослідження галузі є просторовий розподіл кількості прибуттів чи цінова флуктуація вартості земель, спричинена в тому числі попитом на інфраструктуру та ресурсну якість туристсько-рекреаційних комплексів.

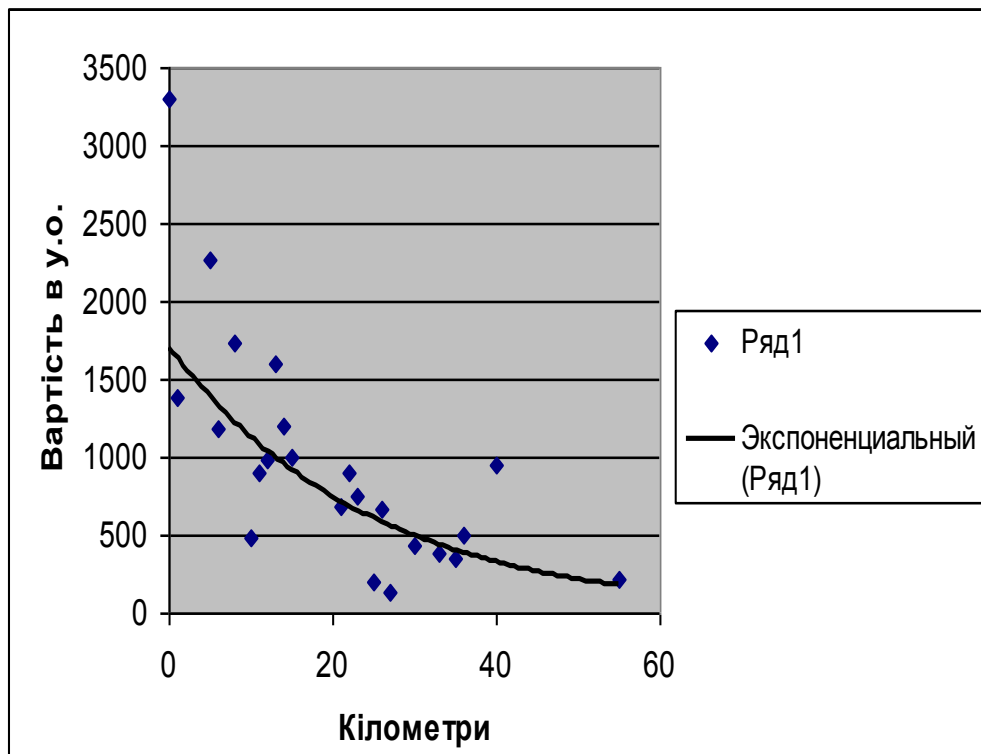


Рис. 1 Розподіл цінових пропозицій за віддаленістю від м. Чернівці

На формування ціни рекреаційних територій впливають інфраструктура, відвідуваність, віддаленість від транспортного порталу.

Виходячи з цього можна визначити рекреаційну цінність земель у рекреаційно-туристичному обслуговуванні, а саме: інтенсивність прибуттів, дохід, вартість земель, що знаходяться в рекреаційному споживанні.

Ефективним показником точкового чи просторового розвитку соціально-економічної сфери та успішного маркетингу рекреаційно-туристичних ресурсів слугує цінова відцентрованість вартості проживання в зоні впливу курорту [9,11]. Існують певні провідні ознаки розподілу вартості земель. По-перше, наближеність до узбережжя рекреаційного призначення. В безпосередній близькості до ставка, цінова пропозиція є вищою. Слід врахувати, що закону про продаж землі немає. Проте існують декілька легальних форм функціонування ринку землі. Це: приватизація, спадок, оренда, переведення земель цільового статусу у землі не сільськогосподарського призначення, які суттєво впливають на споживчі ціни ділянок окремих територій. Ще однією характерною особливістю ринку земель рекреаційного призначення є те, що їх інвестиційна привабливість залишається високою без додаткових інфраструктурних вкладень – вартість зберігається або підсилюється незалежно від процесів економічного підйому чи спаду [2, 11].

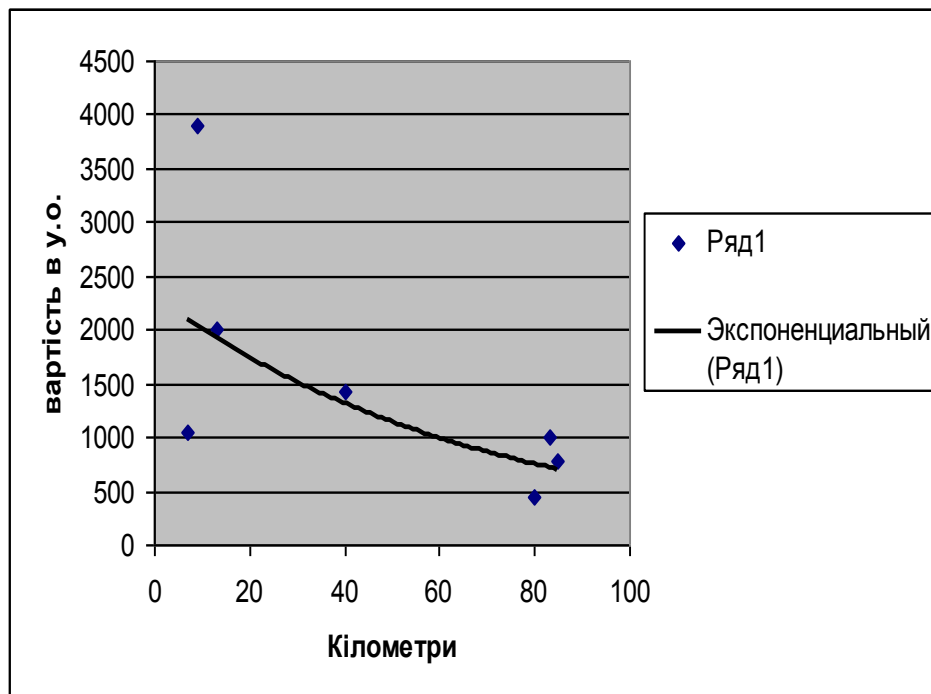


Рис. 2 Розподіл цінових пропозицій при наявності водойми

Землі в приміській зоні обласного центру коштують до 10,5 тис.\$ за 1 ар, але цих рекреаційних ділянок залишилось мало, оскільки зона насичена житлово-будівельною сферою. Ціни земельних ділянок Сторожинецького та Глибоцького районів, прилеглих до обласного центру, сягають 7,5 тис.\$ за 1 ар. Тут знаходиться найбільша частка рекреаційних

ділянок, в першу чергу на узбережжях ставків. Збільшення або зменшення ціни залежить від відстані до водойми.

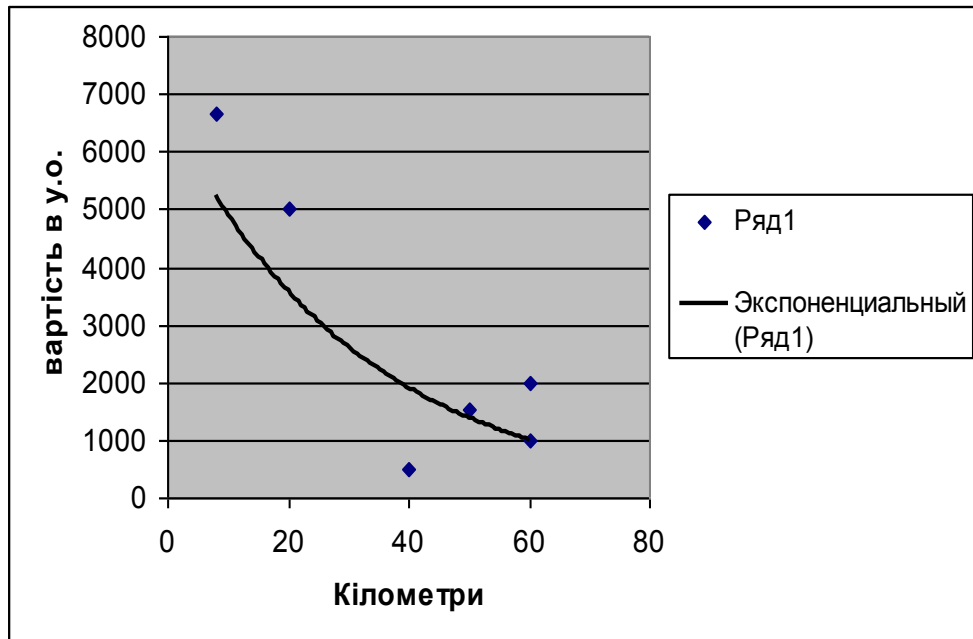


Рис. 3 Цінові пропозиції на землі, призначені під будівництво

Придністровська зона також дуже цінна, адже на прибережній смузі Дністровського водосховища формується рекреаційний комплекс із різноманітними закладами відпочинку. Ціни на ці ділянки становлять 5,7 тис \$ за 1 ар. [10, 11].

Території Путильського та Вижицького районів є водночас і найдорожчими, і найдешевшими. Так, території, прилеглі до курорту «Мигове», мають дуже велику ціну і сягають 15 тис. \$ за 1 ар, тоді як інші землі коштують 1-1,2 тис.\$ за 1 ар.

Найбільш популярними для рекреаційної діяльності є землі в приміській зоні міста Чернівці. Їх вартість станом на весняний період 2009 р. становить: Кіцманський район – від 6 тис. грн. за 1 ар; Новоселицький – від 4 тис. грн. за 1 ар; Герцаївський – від 10 тис. грн. за 1 ар; Глибоцький – від 5 тис. грн. за 1 ар; Сторожинецький – від 4,5 тис. грн. за 1 ар.

Висновки. Проаналізовано пропозиції вартості земельних ділянок, особливості їх розташування, віддаленість від населеного пункту та транспортне забезпечення, наявність водних об'єктів (річка, ставок, озеро, лісовий масив тощо). Досить очевидними є ділянки, де домінуючою привабливістю є рекреація (*група А*). В деяких випадках рекреаційна привабливість є другорядною (*група Б*). Тоді на першому місці саме можливість проживання в приміській зоні.

Вартість пропозиції землі несільськогосподарського призначення за 1 ар закономірно спадає віддаляючись від Чернівців. Проте і в цій закономірності простежується кілька ознак: найдорожчими є ділянки, що вміщують забудови для повноцінного проживання (так звані заміські

особняки). Але ця ознака проявляється тільки на віддалі 20-30 км, або в містечках чи селищах міського типу (Кіцмань, Вашківці, Вижниця тощо).

Другим за значимістю цінним ресурсом є наявність біля земельної ділянки об'єкту рекреації («Аква Плюс», «Рутка», Валя Кузьміна, Сонячна Долина). Так само ефект спадання ціни простежується максимально до 40 км. Далі, при інших рівних умовах вартість земель приблизно однакова вздовж віддалі: менше 500\$ загалом в пропозиції землі, 500-1000\$ з рекреаційними можливостями, 1000-2000\$ з забудовою. Ще раз підкреслюємо, вплив наближення потенційно-рекреаційних ділянок на вартість землі завершується на віддалі 30-40 км від міста. Надалі можливість підвищення ціни з віддаленістю від Чернівців пов'язані з двома останніми чинниками. Наприклад, вартість придністровських земель біля узбережжя вища, від тих, що віддалені від акваторій на 1-2 км. Також на значній віддалі від Чернівців підвищуються ціни, що пов'язано з інфраструктурними складовими: місцерозташування в центрі села, біля автомагістралей та інші чинники. Цінові пропозиції на землі в гірськолижному курорті Мигово біля самих підйомників в 4-6 разів дорожчі ніж на віддалі 1 км. Виникнення та розвиток окремих ареалів сільського туризму, таким чином, приурочено виключно до відповідних яскраво означених рекреаційних атракцій (водні, лікувальні, гірсько-лижні тощо).

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування /О.О. Бейдик.– К.: Вид-во Київ ун-ту, 2001.– 395 с.
2. Земельний кодекс України, від 19.12.2006, № 490.– V.
3. Игнатенко А.И. Рекреационные территориальные системы: научные основы развития и функционирования /А.И. Игнатенко.– К.: УМК ВО при Минвузе УССР, 1989.– 88 с.
4. Явкін В.Г. Особливості оцінки кліматичних рекреаційних ресурсів Карпат /В.Г. Явкін, В.К.Євдокименко, Л.А. Савранчук, Л.П. Шупарська //Вісн. наук. дослідж. Сер.: туризм.– Т.: РВВ Галицького ін-ту ім. В'ячеслава Чорновола, 2006.–Вип. 1.– С. 108-112.
5. Кравців В.С. Рекреаційна політика у Карпатському регіоні: принципи формування, шляхи реалізації /В.С. Кравців, В.К. Євдокименко, М.М. Габрель та ін.– Чернівці: Прут, 1995.– 72 с.
6. Руденко В.П. Географія природно-ресурсного потенціалу України /В.П. Руденко.– У 3-х част.: підручник.– Чернівці: Чернівецький нац.ун-т, 2010.– 552 с.
7. Топчієв О.Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики / О.Г. Топчієв.– О.: Астропринт, 2005.– 632 с.
8. Черчик Л. М. Маркетинг рекреаційних територій як інструмент становлення, розвитку та регулювання ринку рекреаційних ресурсів /Л.М. Черчик.- Актуальні Проблеми Економіки . – 2006 . – N1 . – С.95–103.
9. Явкін В.Г. Зимові рекреаційно-кліматичні ресурси розвитку гірськолижного та сільського туризму /В.Г.Явкін, М.М.Депутат,О.Ю. Красовська-Токмакова //Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки.– № 3.– Географічні науки.– Луцьк, 2010.– С. 4–8.
10. Явкін В.Г. Регіоналістичні технології стимулювання розвитку туристично-рекреаційного потенціалу. Географічні аспекти розвитку туризму (на прикладі України та Польщі) /В.Г. Явкін, В.П. Руденко, Я.В. Кирпушко, К.В. Владійчук, П.М. Брижак. –Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2010.– С. 57 – 71.
11. Явкін В.Г. Особливості поширення цінних пропозицій земель рекреаційного призначення Дністровського водосховища / В.Г. Явкін, В.І. Ясенчук, А.Я.Мельничук // Географія та туризм: Наук. зб. /ред.кол.: Я.Б. Олійник (відп.ред.) та ін.– К.: Альтерпрес, 2011.– Вип.11.–С. 219–225.

12. Явкін В.Г. Просторовий розподіл цінових пропозицій на землю в потенціалі рекреації Чернівецької області / В.Г. Явкін, А.В. Морар /Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи //Всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених (2–3 березня 2011 р.).– Львів, 2011.- С. 180-185.

13. Рекреаційна географія: письмові консультації /уклад.: Л.А. Савранчук, В.Г. Явкін. - Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2012.- 104 с.