

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-318-3-47>

УДК 338.467.6

Олена ЗАГОРЯНСЬКА

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

<https://orcid.org/0000-0002-8057-4498>

e-mail: zagor_elen@ukr.net

Ян ПРОЯЄВ

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

e-mail: tslowflow@gmail.com

Злата МАЛАНЧУК

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

e-mail: gggg04057@gmail.com

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ, ЗОКРЕМА ЯКІСНИХ ФОТОГРАФІЙ, ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ ТУРИСТІВ ДО КРЕМЕНЧУЦЬКОГО РЕГІОНУ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

У статті проведено SWOT-аналіз туристичної сфери Кременчуцького регіону та виокремлені маркетингові стратегії, що спрямовані на посилення привабливості туристичного потенціалу регіону та підвищення ефективності привертання туристів до Кременчука.

В статті відзначено, що фотографія відіграє важливу роль у туризмі, оскільки може бути ефективним маркетинговим інструментом для залучення туристів до певного регіону. Проаналізовано туристичну фотографію з використанням наявних досліджень і виділено рекомендації щодо підготовки до фотографування для туристів, які бажають створити персональні естетичні світлини, так і об'єктів, які вони відвідують. Основна мета полягає в ефективному передаванні вигляду місця, спогадів, емоцій та всього, що пов'язано з досвідом конкретних людей під час їхніх подорожей.

Ключові слова: туристична фотографія; композиція; акценти-правила; Кременчуцький регіон; SWOT-аналіз; туристичні об'єкти, маркетингові інструменти.

Olena ZAHORIANSKA, Yan PROIAIEV, Zlata MALANCHUK

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyyi National University

USE OF MARKETING TOOLS, IN PARTICULAR OF QUALITY PHOTOS, TO ATTRACT TOURISTS TO THE KREMENCHUK REGION IN THE POST-WAR PERIOD

In the paper a SWOT-analysis of the tourist sphere of the Kremenchuk region is carried out and marketing strategies, which aimed at increasing the attractiveness of the region's tourist potential and increasing the effectiveness of attracting tourists to Kremenchuk, are emphasized out. At the same time, creating quality photos with unique local sights and natural beauty of Kremenchuk will be a strong visual advertising tool that will attract attention and interest of potential visitors. After the end of the war in Ukraine, the return of tourists to the Kremenchuk region requires a comprehensive approach, which includes the use of marketing tools to study the behavior of tourist consumers and apply the rules of creating quality photos for effective advertising. Analysis of consumer behavior helps to understand their preferences and needs, which allows to develop an appropriate strategy for attracting tourists.

In the paper is noted, that photography plays an important role in tourism, as it can be an effective marketing tool to attract tourists to a certain region. The analysis of the behavior of consumers of tourist services showed that the uniqueness of the place, cultural heritage, availability and quality of services are important factors for choosing a tourist destination. Tourist photography has been analyzed using available research and recommendations for preparing for photography have been highlighted for tourists who wish to create personal aesthetic photos, as well as the objects they visit. Six main accent rules are also emphasized out, which will help to effectively emphasize the main object in the photo. The main goal is to effectively convey the appearance of a place, memories, emotions and everything related to the experience of specific people during their travels.

Keywords: tourist photography; composition; accents-rules; Kremenchuk region; SWOT-analysis; tourist facilities, marketing tools.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Після закінчення війни в Україні перед туристичною індустрією стане велика проблема щодо збільшення туристичних потоків як іноземних, так і вітчизняних туристів. Особливу увагу в цьому сенсі треба приділяти напрямкам туризму, які здатні відновити моральний та фізичний стан рекреанта шляхом отримання позитивних емоцій та вражень. У сучасному туризмі, що активно адаптується до новітніх технологій, фотографія стала важливим засобом передачі реальності, емоцій та вражень. Вона використовується для візуального сприйняття об'єктів та привабливості туристичних напрямків. Фотографія має потужний вплив на вибір туристичних локацій, оскільки вона може вражати, зацікавлювати та створювати бажання відвідати певні місця. Будучи носієм інформації, фотографія здатна передати нові враження та закріпити їх у пам'яті, а також дозволяє туристам зберігати свої спогади та поділитися ними з

іншими людьми. Проте, не кожен турист вміє створювати якісні фотографії через відсутність знань про правила композиції та алгоритми роботи з ними.

Рекреаційною зоною Полтавської області можна вважати місто Кременчук та Кременчуцький район. На цій території зосереджені гідрологічні об'єкти, що включають у себе річку Дніпро, Дніпродзержинське водосховище, річки Псьол, Сухий Кагамлик, Крива Руда, Омлик, а також присутність шести об'єктів природно-заповідного фонду та одного пляжу на території міста [1, 2]. Таким чином, можна робити акцент на унікальності цих територій, культурній спадщині та якості послуг, що стає важливим фактором для привертання уваги туристів. Крім того, створення якісної візуальної реклами з використанням правил створення фотографій здатне привернути увагу та викликати інтерес потенційних відвідувачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Серед науковців, що займаються вивченням естетики фотографії та розробкою алгоритмів для створення високоякісних зображень, можна виокремити наступних дослідників: Е. Маврідакі та В. Мезаріс [3], С. Дхар, В. Ордоньєс та Тамара Л. Берг [4], Ян Ке, Сяоу Тан та Фен Цзін [5], А. Товба [6], Д. Мілос. Їхні дослідження допомагають зрозуміти сучасні естетичні фактори та розробити алгоритми для створення високоякісних туристичних фотографій.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Кожна рекреаційна зона, у тому числі і Кременчуцький регіон, є унікальною та потребує адаптації широко відомих правил створення якісних фото та привабливої візуальної реклами, оскільки впливає на вибір напрямку подорожі будь-якого туриста.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження головних акцентів-правил у туристичній фотографії і створення рекомендацій по їх використанню для залучення як закордонних так і вітчизняних відвідувачів до Кременчуцького регіону у післявоєнний період.

Виклад основного матеріалу

Реалії сьогодення вказують на значне зменшення туристичних потоків як до країни в цілому, так і зокрема до Кременчуцького регіону. Таке становище потребує комплексного аналізу причин та наслідків дії негативних факторів на розвиток туризму в регіоні. Виявити сильні та слабкі сторони Кременчуцького регіону з точки зору привабливості для туристів можна за допомогою SWOT-аналізу (табл. 1).

Аналізуючи матрицю SWOT-аналізу туристичної сфери Кременчуцького регіону можна зробити наступні висновки:

1. Природні ресурси та інші сильні сторони Кременчуцького регіону використовуємо для розширення можливостей шляхом розвитку таких видів туризму як: екологічного, культурного, спортивного, медичного, сільського та зеленого.

2. Загрози можна нейтралізувати за рахунок створення спільних проєктів та пакетних пропозицій, а саме: суб'єкти туристичної галузі можуть співпрацювати над створенням спільних туристичних продуктів, пакетних пропозицій та програм. Наприклад, готелі можуть співпрацювати з місцевими екскурсводою та ресторанами для створення комплексного туристичного продукту, який буде цікавий для відвідувачів. Так, в Кременчуці вже працює така компанія, як «Tur Bus Ticket», але для такого міста це замало.

3. Нейтралізувати загрози зовнішнього середовища можливо за рахунок підтримки з боку місцевих владних органів. Створення сприятливого регуляторного середовища, спрощення бюрократичних процедур та надання фінансової підтримки можуть стимулювати співпрацю та взаємодію між суб'єктами туристичного ринку послуг.

4. Подальші дослідження та розробка маркетингових стратегій повинні бути спрямовані на посилення привабливості туристичного потенціалу регіону та підвищення ефективності привертання туристів до Кременчука. Водночас, створення якісних фотографій з унікальними місцевими пам'ятками та природною красою Кременчука стане сильним інструментом візуальної реклами, що приверне увагу та зацікавить потенційних відвідувачів.

Фотографія в туризмі має велике значення не тільки для професійних фотографів, а й для звичайних туристів, що хочуть зберегти яскраві спогади зі своєї подорожі. Важливо робити гарні і правильні фотографії туристичних об'єктів. Для того, щоб допомогти туристам та усім, хто хоче робити гарні фотографії туристичних місць, нами були узагальнені правила та поради досвідчених фахівців цієї справи [3–7].

Перше правило, відоме також як "правило третини", є одним з основних принципів композиції у фотографії та візуальному мистецтві. Застосовуючи це правило, можна створити більш збалансовані та привабливі зображення. Розподілення зображення на 9 рівних квадратів за допомогою вертикальних і горизонтальних ліній утворює 4 точки перетину. Ці точки, які називаються точками концентрації або точками впливу, вважаються стратегічними місцями розташування об'єктів у зображенні. Зазвичай,

важливий елемент чи об'єкт зображення розміщують на одній з цих точок концентрації, а не в центрі кадру. Це дозволяє створити більш динамічну та привабливу композицію. Застосування правила третини допомагає залучити увагу глядача до головного об'єкта і забезпечує баланс між елементами на зображенні (рис. 1).

Таблиця 1

SWOT-аналіз туристичної сфери Кременчуцького регіону

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1. Природні ресурси: присутність річки Дніпро, острови (Зелений, Фантазія, Шаламай, Стрілечий тощо), ліси, озера (Блакитне, Скеля, Силікатне), природні заповідники (Кременчуцькі плавні), парки (Ювілейний, Миру, Придніпровський, Миський сад) та пляжі.</p> <p>2. Культурна спадщина: наявність історичних та культурних пам'яток (Скеля-реєстр, будинок Володарського, 201 пам'ятник, Свято-Миколаївський собор, Троїцька церква, Синагога, Кременчуцька мечеть), які можуть зацікавити туристів.</p> <p>3. Розвинена туристична інфраструктура: наявність готелів (Кремінь, Дніпровські зорі, Reikartz Кременчук, Pantagruel тощо), ресторанів (Козацька броварня, Кофан, Чотири сезони, Polo-City Аквапарк, Барбарис, Шашличний край тощо), музеїв (краєзнавчий, історії авіації та космонавтики, художня галерея) та інших закладів, спрямованих на забезпечення потреб туристів.</p> <p>4. Географічне розташування: зручна транспортна доступність до регіону, що сприяє приїзду туристів.</p>	<p>1. Недостатня реклама туристичного потенціалу: Кременчуцький регіон не має потужної рекламної кампанії у відкритих джерелах інформації, оскільки не є обласним центром.</p> <p>2. Обмежений вибір туристичних послуг: відсутність різноманітності та якості туристичних послуг та продуктів. Слабке сприяння розвитку туристичного підприємництва та підтримка іміджу промислового центру, що гальмує розвиток туризму в регіоні.</p> <p>3. Недостатня розвиненість інформаційної інфраструктури: обмежений доступ до туристичної інформації, відсутність електронних ресурсів та мобільних додатків для туристів (мапа туристичних об'єктів, персоналізовані маршрути, рейтинги та відгуки щодо туристичних об'єктів, календар подій).</p> <p>4. Відсутність синергії між громадськими організаціями та бізнесом: неефективна співпраця та взаємодія між суб'єктами туристичної галузі. Відсутність туристичних асоціацій або об'єднань всіх суб'єктів туристичної галузі (готелів, ресторанів, туристичних агентств, транспортних компаній тощо)</p>
Можливості	Загрози
<p>1. Розвиток екологічного туризму: використання природних ресурсів та створення екологічно чистих туристичних маршрутів.</p> <p>2. Культурний туризм: просування і популяризація культурної спадщини, організація культурних заходів та фестивалів.</p> <p>3. Розвиток спортивного туризму: створення спортивних об'єктів та інфраструктури для активного відпочинку.</p> <p>4. Розвиток медичного туризму: використання потенціалу місцевих медичних закладів та природних лікувальних ресурсів.</p> <p>5. Розвиток сільського туризму: привертання туристів до сільських територій, організація агротуристичних ферм та майстер-класів.</p>	<p>1. Конкуренція з іншими регіонами: наявність подібних туристичних напрямків у сусідніх регіонах, що може зменшити привабливість Кременчуцького регіону.</p> <p>2. Політична та соціальна нестабільність: виникнення конфліктів та несприятливих умов, що можуть негативно вплинути на розвиток туризму.</p> <p>3. Екологічні проблеми: загрози забруднення довкілля, недостатня охорона природних резерватів та розселення тварин.</p> <p>4. Економічна нестабільність: можливість економічних криз, що може призвести до скорочення фінансування туристичних проєктів та послуг.</p>



Рис. 1. Використання правила третин у туристичних фотографіях (зліва – вірно, справа – не вірно) (фотографії автора)

Плановість є ще одним важливим елементом композиції у фотографії. Вона допомагає створити відчуття глибини та об'ємності у зображенні, що робить фотографії цікавими та привабливими для глядачів. У фотографії, плановість може бути досягнута за допомогою розташування об'єктів у різних планах: передньому, середньому та задньому. Лінії, які розділяють ці плани, відокремлюють їх один від одного. Найближчий до спостерігача план є переднім, тоді як найвіддаленіший план – задній. Ця структура планів додає глибину та об'ємність зображенню.

Застосування плановості має велике значення в будь-якому жанрі фотографії. Вона допомагає передати відчуття реальності та зробити зображення більш привабливим для глядача. Коли ми спостерігаємо навколишні предмети, завжди маємо перед собою різні плани, які допомагають нам сприймати об'єкти в тривимірному просторі. Тому, використовуючи правило плановості, ми намагаємося передати це відчуття глибини та об'єму у фотографії (рис. 2).

Фреймінг є третім правилом композиції в фотографії, яке можна використовувати для виокремлення об'єкту або групи об'єктів за допомогою рамки.



Рис. 2. Приклад використання правила плановості на фотографії (фотографія автора)

Цей ефект досягається шляхом розташування головного об'єкта всередині уявної або реальної рамки, яка слугує засобом виділення об'єкту або створення закритої композиції, що змінює сприйняття зображення у бік обмеженості. На зображенні, зазначеному на рис. 3, фреймінг досягається за допомогою людей, які стоять спиною до нас. Вони утворюють рамку, яка виокремлює головний об'єкт або просто створює відчуття закритої композиції. Застосування фреймінгу в фотографії додає цікавості та глибини зображенню. Застосування правила фреймінгу є ефективним способом створення цікавих та естетично привабливих зображень, які привертають увагу глядача та викликають його інтерес до головного об'єкту.



Рис. 3. Приклад використання правила фреймінгу на фотографії (фотографія автора)

Четверте правило композиції в фотографії – це правило ведучих ліній. Воно базується на використанні ліній, які направляють погляд глядача до або від об'єкту. Лінії можуть передавати рух, створювати відчуття швидкості або повільності, маскулітності або жіночості, а також вони важливі для створення візуального об'єму. Лінії можуть додати динаміки та енергії до зображення або, навпаки, передати спокій та гармонію.

Успішне застосування правила ведучих ліній допомагає створити зображення, яке впливає на емоції глядача і надає йому відчуття руху, глибини та балансу. Використання ліній у композиції фотографії може бути потужним засобом вираження ідей, настрою та повідомлень, що додає значущості та цікавості до зображень (рис. 4 – ліва частина).

П'яте правило композиції в фотографії – це заповнення кадру головним об'єктом зйомки. Це правило передбачає розміщення головного об'єкта в кадрі таким чином, щоб він займав значну частину простору та привертав максимальну увагу глядача. Це допомагає забезпечити чітку ідентифікацію та розпізнавання об'єкта. Використовуючи це правило, ви можете зробити свої фотографії більш імпактними та ефективними в комунікації з глядачами. Заповнення кадру головним об'єктом допомагає створити сильний візуальний ефект та передати важливу інформацію або емоції зображень (рис. 4 – права частина).



Рис. 4. Приклад використання правил ведучих ліній та заповнення на фотографіях (фотографії автора)

Шосте правило композиції в фотографії полягає в фотографуванні двох площин будівлі. Це правило рекомендує не обмежуватись однією перспективою фотографування, а намагатись показати різні сторони та площини архітектурної споруди (рис. 5). Замість того, щоб фотографувати будівлю прямо з фронту, можна використати інші кути та ракурси, щоб надати зображенню більшої цікавості та глибини. Фотографування двох площин будівлі дає можливість створити візуальну гру та динаміку, розкриваючи різні аспекти архітектури. Це правило допомагає підкреслити унікальність та характер будівлі, а також розширити можливості виразності та креативності фотографії.



Рис. 5. Приклад використання площин на фотографіях (фотографії автора)

Отже, в фізичній формі фотографія представлена на плоскому папері, який не має фізичного об'єму. Однак, завдяки засобам виразності та композиційним елементам, фотографія може передавати відчуття об'єму і глибини. Цей ефект створюється за допомогою використання перспективи, тіней, світла та темноти, що надають зображенню візуальної глибини. Найважливішою рисою фотографії є її ідея та повідомлення, яке вона намагається передати. Від ідеї залежить як фотографія сприйматиметься глядачем і яке враження вона залишить.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі

Після закінчення війни в Україні, повернення туристів до Кременчуцького регіону вимагає комплексного підходу, який включає використання маркетингових інструментів для вивчення поведінки туристичних споживачів та застосування правил створення якісних фотографій для ефективної реклами. Аналіз поведінки споживачів допомагає зрозуміти їхні вподобання та потреби, що дозволяє розробити належну стратегію привернення туристів.

Аналіз поведінки споживачів туристичних послуг показав, що важливими факторами для вибору туристичного напрямку є унікальність місця, культурна спадщина, доступність та якість послуг. Відкритість для нових туристичних ідей та активна промоція також відіграють важливу роль у приверненні відвідувачів. Важливим результатом дослідження правил створення якісних фотографій є можливість створення привабливої візуальної реклами, яка здатна привернути увагу та викликати інтерес потенційних туристів.

Розробка та впровадження маркетингових стратегій, спрямованих на привертання туристів до Кременчуцького регіону, також має велике значення. Це включає створення привабливих туристичних пакетів, акційних пропозицій та рекламних кампаній, які підкреслюють унікальність та різноманітність туристичного продукту регіону.

Література

1. Околиці Кременчука. URL: <https://okrain.net.ua/uk/>
2. Загорянська О.Л. Екскурсійна діяльність як перспективний напрям розвитку туристичної галузі. Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. 2020. № 3. С. 72–77.
3. Eftichia Mavridaki; Vasileios Mezaris A comprehensive aesthetic quality assessment method for natural images using basic rules of photography, 2015 IEEE International Conference on Image Processing (ICIP) p. 887–891. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/>
4. Sagnik Dhar, Vicente Ordonez, Tamara L. Berg. High level describable attributes for predicting aesthetics and interestingness (CVPR), 2011. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/5995467>
5. Yan Ke, Xiaoou Tang, Feng Jing. The Design of High-Level Features for Photo Quality Assessment. Computer Vision and Pattern Recognition, 2006 IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and Pattern Recognition. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/1640788>
6. Товба А. А. Створення фотоекспозиції художніх пейзажів з урахуванням методики їх фотографування : Матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції, Бостон, США, 2-4 березня 2023 року. С. 515-518.
7. 10 найкращих порад і хитрощів щодо туристичної фотографії. URL: <https://www.canon.ua/get-inspired/tips-and-techniques/10-tips-travelphotography/>

References

1. Okolytsi Kremenchuka. URL: <https://okrain.net.ua/uk/>
2. Zahorianska O.L. Ekskursiina diialnist yak perspektyvnyi napriam rozvytku turystychnoi haluzi. Herald of Khmelnytskyi National University. 2020. № 3. S. 72–77.
3. Eftichia Mavridaki; Vasileios Mezaris A comprehensive aesthetic quality assessment method for natural images using basic rules of photography, 2015 IEEE International Conference on Image Processing (ICIP) p. 887–891. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/>
4. Sagnik Dhar, Vicente Ordonez, Tamara L. Berg. High level describable attributes for predicting aesthetics and interestingness (CVPR), 2011. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/5995467>
5. Yan Ke, Xiaoou Tang, Feng Jing. The Design of High-Level Features for Photo Quality Assessment. Computer Vision and Pattern Recognition, 2006 IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and Pattern Recognition. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/1640788>
6. Tovba A. A. Stvorennia fotoekspozytsii khudozhnikh peizazhiv z urakhuvanniam metodyky yikh fotohrafuvannia : Materialy VI mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Boston, SShA, 2-4 bereznia 2023 roku. S. 515-518.
7. 10 naikrashchykh porad i khytroshchiv shchodo turystychnoi fotohrafii. URL: <https://www.canon.ua/get-inspired/tips-and-techniques/10-tips-travelphotography/>