

УДК 338.48 (477.52)

Ілляшенко С.М., д.е.н., проф., Сумський державний університет,
Ілляшенко Н.С., к.е.н., Сумський державний університет,
Щербаченко В.О., магістрант, Сумський державний університет

"ЗЕЛЕНИЙ" ТУРИЗМ ЯК НАПРЯМОК СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ¹

У статті викладено результати аналізу перспектив формування ринку "зеленого" туризму у Сумській області як напрямку сталого розвитку однієї з областей України, для якої туризм не є традиційним. Авторами виконана кількісна оцінка наявного туристичного потенціалу, а також доцільності розвитку певних видів "зеленого" туризму у районах і населених пунктах області. Запропоновані і апробовані методичні інструменти, висновки і рекомендації можуть бути використані для обґрунтування програм розвитку "зеленого" туризму у областях України.

Ключові слова: "зелений" туризм, ринкові можливості, туристичний потенціал регіону, малобюджетний туризм, споживчі уподобання, маркетинг територій, сталий розвиток.

Вступ. Усунення диспропорцій у економіці регіонів, перехід їх до сталого розвитку є одним з головних пріоритетів економічної політики України. Досягти цього можна шляхом активного пошуку й аналізу порівняльних конкурентних переваг окремих регіонів і територій, визначення найбільш ефективних напрямів їх реалізації, проведення комплексу маркетингових заходів щодо формування й просування відповідного іміджу області, району, міста чи селища для залучення необхідних інвестицій, стимулювання обраних пріоритетних напрямів розвитку території.

Світовий і вітчизняний досвід свідчить, що ефективним напрямом розвитку територій є формування і розвиток ринку туристичних послуг. Останнім часом у всьому світі набувають поширення відносно малобюджетні види туризму, зокрема: екологічний, маршрутно-пізнавальний, спортивно-оздоровчий, етнографічний, сільський та ін. Для їх розвитку непотрібні значні інвестиції, вони можуть досить швидко забезпечити прибутковість. Окрім відносної дешевизни ці види туризму є екологічно зорієнтованими ("зеленими"), що робить їх привабливими для досить значної частини населення розвинених у соціально-економічному плані країн, а також інших країн із "західною" ментальністю населення.

Перераховані вище види туризму віднесені авторами до «зелених» (екологічних) на тій підставі, що згідно існуючих визначень, наприклад [1], «зелений» (екологічний) туризм передбачає відпочинок у природних екологічно чистих зонах чи регіонах, з відвідуванням місць, які становлять культурний та пізнавальний інтерес, що сприяє (за рахунок отриманих доходів) збереженню (чи навіть поліпшенню) природного середовища, підтриманню добробуту місцевого населення тощо. Аналізовані види туризму цілком відповідають даному визначенню. Окрім того, вони входять до наведеної у [1] класифікації видів «зеленого» (екологічного) туризму.

За даними [5], 35% міського населення Європи надають перевагу відпочинку на природі, переважно у сільській місцевості. Розвиток сільського «зеленого» туризму не лише сприяє збереженню природних територій, забезпечує роботою населення регіонів, але й сприяє наповненню бюджетів країн і регіонів, що його розвивають. Наприклад, у Франції він забезпечує надходження доходів до загальнодержавного бюджету у розмірі більше ніж 1 млрд. євро та 2 млрд. євро до бюджетів її регіонів [5]. «Зелений» туризм забезпечив надходження до бюджету Сербії у розмірі більше ніж 100 млн. євро, що становить 15% надходжень від усіх видів туризму, що розвиваються у цій країні.

¹ Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОНмолодьспорт України, наданих на виконання науково-дослідної роботи на тему "Розроблення механізму впровадження екологічних інновацій" (№ держ. реєстр. 0112U001378)

Викладене свідчить про великі перспективи залучення, при належній організації туристичного бізнесу, досить значних цільових груп споживачів, що, в свою чергу, створить передумови сталого розвитку регіонів України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці формування і розвитку ринку туристичних послуг присвячені праці зарубіжних і вітчизняних науковців. У них, зокрема, досліджувалися: питання узагальнення зарубіжного досвіду державного стимулювання розвитку туризму [2]; проблеми становлення і розвитку туризму в Україні; сучасний стан туристичного ринку України; інструменти і методи маркетингу туризму, у тому числі у розрізі окремих територій [6, 7, 8, 9, 11]; просування на ринок і формування ринку інноваційних туристичних продуктів; економічні аспекти розвитку туризму в окремих країнах і регіонах [2, 3, 5]; управління розвитком туризму на різних рівнях узагальнення [6]; проблеми розвитку "зеленого" туризму [1]; методологічні основи використання потенціалу (у тому числі туристичного) сталого розвитку країн і регіонів та ін.

Проте практика свідчить, що в Україні формування ринку туристичних послуг відбувається безсистемно, в основному, лише у Криму, Карпатах, Приазов'ї, окремих районах Полісся тощо, а у більшій частині країни туристичним послугам, особливо, екологічно орієнтованим, приділяється дуже мало уваги. Наявні наукові напрацювання розглядають, в основному, маркетинг окремих видів туризму і не дозволяють системно оцінити і визначити шляхи реалізації потенціалу ринку "зеленого" туризму територій України, який є досить значним.

Постановка задачі. Метою даного дослідження є аналіз перспектив формування ринку послуг "зеленого" (екологічно зорієнтованого) туризму у Сумській області, як напрямку сталого розвитку однієї з областей України, для якої туризм не є традиційним.

Результати. Авторами проведено маркетинговий аналіз споживчої готовності цільової аудиторії щодо різних видів туристичних послуг. У якості цільової аудиторії ми розглядали переважно міських жителів Сумської і сусідніх Белгородської, Брянської, Курської, Полтавської, Харківської і Чернігівської областей України та Росії, генеральна сукупність потенційних споживачів яких становить 5,5 млн. осіб.

З метою визначення споживчих переваг фактичних і потенційних споживачів було проведено їх репрезентативне опитування (за статтю, віком, місцем проживання, схильністю до активного відпочинку), його результати подано у табл. 1. Всього було опитано 1840 осіб, у тому числі 845 чоловіків (46%) і 995 (54%) жінок. До вибірки потрапили громадяни України та Росії різного соціального стану: робітники, службовці, студенти, підприємці, пенсіонери, безробітні.

Як слідує з табл. 1, споживчі переваги чоловіків і жінок суттєво різняться (за винятком маршрутно-пізнавального туризму), що слід враховувати у процесі розвитку видів "зеленого" туризму і формування відповідної інфраструктури.

Таблиця 1. Види "зеленого" туризму, що їх обрали споживачі

Частка споживачів, %	Види туризму				
	етнографічний	спортивний	екологічний	санаторно-оздоровчий	маршрутно-пізнавальний
Чоловіки	2,70	21,62	18,92	13,51	43,24
Жінки	8,33	4,17	12,5	37,50	41,67
Разом	4,84	14,52	16,13	22,58	41,94

Спортивний і санаторно-оздоровчий види туризму нами віднесено до "зелених" на тій підставі, що розглядалися такі їх різновиди, які передбачають перебування у природних екологічно чистих зонах чи регіонах, з відвідуванням місць, які становлять культурний та пізнавальний інтерес, що відповідає сутності "зеленого" туризму [1].

У ході подальших опитувань близько 90% респондентів відповіли, що вони виїздять у туристичні поїздки з родиною чи в компанії друзів. Це дозволяє уточнити кількісний склад потенційних споживачів і обсяги споживання туристичних послуг.

Важливість для респондентів основних параметрів туристичних послуг охарактеризована у табл. 2. Ці параметри впливають на вибір місця, часу, виду відпочинку тощо. В першу чергу респонденти звертають увагу на співвідношення ціна/якість, потім на час (пору року, місяць, тривалість тощо), комфорт, можливість культурного розвитку та оздоровлення. Не дуже важливими для опитуваних є престижність відпочинку, участь у спортивних заходах та віддаленість від свого місця проживання.

Таблиця 2. Ставлення респондентів до параметрів послуг "зеленого" туризму

Параметри туристичних послуг	Ставлення респондентів			
	Важливо	Взагалі важливо	Не дуже важливо	Неважливо
співвідношення ціна/якість	+			
час відпочинку		+		
комфорт		+		
престижність (статусність)			+	
можливість культурного розвитку		+		
оздоровлення		+		
участь у спортивних заходах			+	
віддаленість від постійного місця проживання			+	

Далі нами було визначено рівень обізнаності жителів сусідніх областей про Сумську обл., її найбільш цікаві місця та їх привабливість для туристів.

За результатами опитування лише 10% респондентів ніколи не відвідували Сумську область. З відвідувачів 90% приїздить на відпочинок до родичів, друзів, знайомих, а також і в санаторії, бази відпочинку, господарства населення, що займаються сільським туризмом тощо.

Побажання респондентів щодо відвідування під час туристичного відпочинку певних тематичних заходів, історичних місць тощо показано на рис. 1.

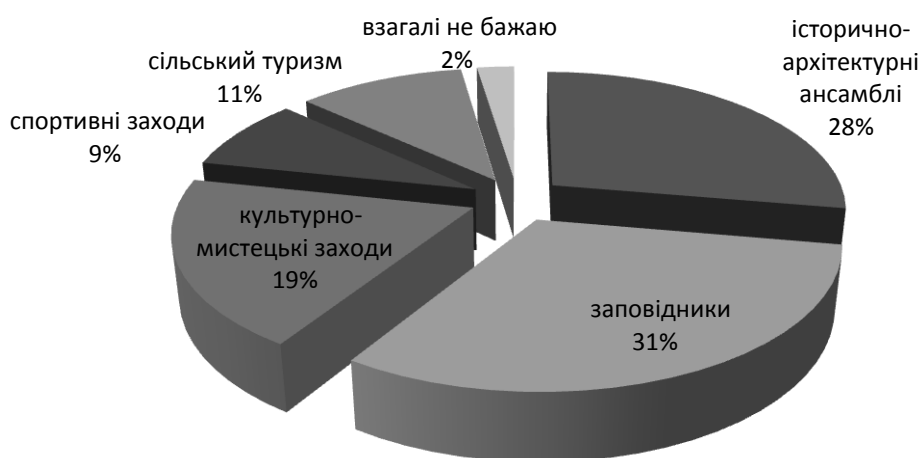


Рисунок 1. Ставлення респондентів до додаткових послуг (заходів), що розширюють можливості туристичного відпочинку

Як слідує з рис. 1, більшість респондентів (31,33%) зацікавлені у відвідуванні природних заповідників з метою зближення з природою та душевного відпочинку, 27,71% бажає побачити історично-архітектурні пам'ятки для збагачення своїх знань та культурного розвитку, 19,28% прагне відвідати культурно-мистецькі заходи, решта - обрали сільський туризм та спортивні заходи як додаток до інших видів «зеленого» туризму, однак 2,41% опитаних взагалі не мають бажання брати участь у перерахованих заходах.

Щодо сільського туризму, то майже 50% опитаних показали, що мають власні садиби у сільській місцевості, а тому мало ймовірно, що вони скористаються послугами інших домогосподарств за додаткову плату. Однак є досить велика частка респондентів (табл. 3), які скористалися б певними додатковими послугами сільського туризму.

Оцінки респондентів, які були на Сумщині, щодо шансів області розвивати "зелений" туризм неоднозначні: 61% оцінюють їх як низькі, 24% - як середні і лише 15% вважають їх високими. Хоча Сумська область має всі природно-екологічні, кліматичні та ін. умови для розвитку "зеленого" туризму [3, 4, 10].

Таблиця 3. Загальні відповіді респондентів щодо послуг, які б вони бажали отримувати від домогосподарств під час відпочинку в селі

Послуги, які бажують отримувати респонденти під час відпочинку в селі	Частка опитаних, %
Харчування	17,0
Проживання і супутній сервіс	16,5
Рибальство	14,5
Експерсії до заповідних місць області	11,0
Кінні прогулянки	11,0
Збір ягід, грибів, лікувальних трав	10,0
Оренда велосипедів, човнів	9,0
Заняття народними ремеслами	5,5
Полювання	5,0
Заняття землеробством	2,0
Догляд за худобою	1,0

Низькі оцінки респондентів можуть бути обумовлені впливом різних факторів: низьким рівнем обізнаності щодо потенціалу "зеленого" туризму Сумщини; нерозвиненістю інфраструктури туристичних послуг; складним фінансово-економічним становищем у країні; потужною конкуренцією, яку складають інші більш відомі і "розкручені" регіони України, а також традиційні туристичні країни (Туреччина, Єгипет, Західна Європа тощо).

Серед мотивів, які впливають на вибір місця і виду відпочинку, переважають моральні та естетичні мотиви, тобто культурний і духовний розвиток. У цьому плані на Сумщині проводиться досить багато різного роду тематичних заходів [3], як то козацькі свята, фестивалі та конкурси народних пісень і музики, літературно-мистецькі фестивалі, фольклорні фестивалі, ярмарки та ін.

Для стимулювання розвитку ринку туристичних послуг доцільним є урахування світового досвіду застосування механізмів державної і регіональної підтримки, зокрема: надання податкових пільг і податкових канікул; надання дешевих кредитів; інформаційна підтримка; зниження мита; прямі субсидії або надання гарантій на інвестиції з метою залучення іноземних інвесторів; участь у проектах ЄС TACIS з підтримки "зеленого" туризму [5]; надання в оренду (продаж) на пільгових умовах ресурсної бази, об'єктів інфраструктури; створення позитивного іміджу та просування привабливих для іноземців видів туризму; державно-приватне партнерство у сфері туризму (спільна власність, спільне управління, маркетингове управління і т.п. [2]) тощо.

Поглиблене дослідження особливостей розвитку "зеленого" туризму в Сумській

області було виконане методом глибинного інтерв'ю власників садиб, приватних підприємств, студентів, пенсіонерів, працівників турагенства, керівників Сумського обласного відділення Спілки сприяння розвитку зеленого туризму в Україні.

На думку респондентів, головним для успішного функціонування і розвитку "зеленого" туризму є унікальність надаваних послуг, а також достатність інформаційного впливу на споживачів.

Усі респонденти говорять про унікальну природу Сумської області, яка б змогла привернути увагу туристів, як жителів самої області, так і гостей. Сумщину вже зараз відвідують туристи з різних куточків світу. Зокрема, у садибі "Вакулина байка" зупинялися туристи з Німеччини, Австрії, Швеції, Туреччини та ін. У садибу "Північний ліс" зазвичай приїздять кияни, однак бували туристи із Одеси, Сімферополя, Самари, Ростову-на-Дону, Москви і багатьох інших великих міст України і Росії. Їх, насамперед, приваблюють чудові живописні краєвиди, чисте повітря, річка Сейм, хвойний ліс. Крім того, садиба приймає мисливців і рибалок під час змагань.

У ході подальшого аналізу авторами виконана оцінка доцільності розвитку різних видів "зеленого" туризму у районах Сумської області. Була проведена (за авторською методикою [3, 4]) кількісна оцінка шансів успішного розвитку найбільш характерних для Сумської області видів «зеленого» туризму (етнографічного, маршрутно-пізнавального, санаторно-оздоровчого, сільського, спортивно-оздоровчого, у т.ч.: водного, полювання, рибалки, кінного, туристичних походів тощо) у окремих її регіонах.

Доцільність розвитку "зеленого" туризму у Сумській області підтверджують і результати виконаної авторами методом SWOT-аналізу оцінки відповідності зовнішніх умов (ринкових можливостей і загроз) і наявного потенціалу області, зокрема, його сильних і слабких сторін.

Результати аналізу свідчать, що найбільш реальною ринковою можливістю розвитку в Сумській області «зеленого» туризму є споживча готовність населення Сумщини і сусідніх областей, наступною – зростання популярності у світі, у тому числі в Україні і Росії, екологічного туризму.

Найсильнішою ринковою загрозою є постійні зміни "правил гри" для бізнесу. Респондентами зазначено також, що в Сумській області існує велика проблема з кваліфікованими, сертифікованими екскурсоводами, що також стримує розвиток туризму як такого.

Найбільш слабкими сторонами діяльності є відсутність ефективної реклами туристичних послуг Сумщини.

Найбільш сильними сторонами діяльності щодо надання екологічно-орієнтованих туристичних послуг є екологічність Сумщини, ресурсна база для екологічного туризму, розуміння бізнесом, що екологічність є фактором його конкурентоспроможності тощо.

Висновки. Підводячи підсумки, необхідно зазначити наступне:

1. Дослідження показали, що потенційні споживачі, переважно з числа жителів Сумської і сусідніх областей, проявляють зацікавленість у різних видах "зеленого" туризму на території Сумщини. Це свідчить про перспективність даного напрямку сталого розвитку регіону, який передбачає формування ринку послуг "зеленого" туризму. Для його активізації доцільним є застосування механізмів державної і регіональної підтримки, які добре зарекомендували себе у зарубіжній практиці.

2. Результати виконаного дослідження можуть бути використані: для обґрунтування рішень про створення (модернізацію) відповідної інфраструктури для надання "зелених" туристичних послуг в Сумській області; при розробці програм соціально-економічного розвитку окремих регіонів і області у цілому; при розробці маркетингових програм формування і розвитку іміджу Сумської області як регіону сприятливого для "зеленого" туризму; при формуванні системи нормативно-правових актів, які стимулюють розвиток туристичного бізнесу. Запропонована методика може бути використана і при аналізі достатності вже наявної бази (у тому чи іншому регіоні України

в цілому чи її областей) для прийняття відповідної кількості вітчизняних чи іноземних туристів з урахуванням їх запитів і уподобань.

3. Розвиток «зеленого» туризму у Сумській області вже в найближчій перспективі дозволить повніше реалізувати ресурсний потенціал області, забезпечить роботою місцеве населення, збільшить надходження до бюджету, дозволить накопичити фінансові ресурси, які будуть спрямовані на захист навколишнього природного середовища, створить передумови сталого розвитку регіону в цілому і його окремих територій.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на оцінку місткості ринку Сумської області стосовно конкретних видів "зеленого" туризму, уточнення профілю цільових споживачів, оцінку економічної ефективності формування відповідної туристичної інфраструктури.

Література

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism/babkin08.htm

2. Братюк В.П. Аналіз досвіду західних країн щодо формування державної політики сприяння розвитку туризму // Актуальні проблеми економіки. – 2012. - № 9 (135). – С. 63-71.

3. Ілляшенко С.М, Щербаченко В.О.. Аналіз потенціалу ринку туристичних послуг Сумської області // Вестник национального технического университета "ХПИ". – 2012. - № 14. - С. 65-77.

4. Ілляшенко С.М. Аналіз ринкових можливостей і потенціалу інноваційного розвитку організації на базі екологічних інновацій // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. - № 3. – С. 229-241.

5. Как Евросоюз помогает Украине развивать "зеленый" туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.business-resurs.com.ua/index.php?option=com_articles&task=view&id=1622

6. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 376 с.

7. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг. – К., Знання, 2006. – 271с.

8. Кудла Н.Є. Про застосування комплексу маркетингових заходів у сільському туризмі // Економіка України . – 2011 . – № 2 . – С.79-85.

9. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.koism.rags.ru/publ/articles/01.php>

10. Сумщина туристична [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tour.sumy.ua/history.php>

11. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : монографія. – К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 597 с.