

ГЕНЕРУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ НА СУМЩИНІ (НА ПРИКЛАДІ ТРУДОВОГО БРАТСТВА М. М. НЕПЛЮЄВА)

к.е.н. **Ковальов Б.Л.**,
студентка гр. Е-01 **Портянка А.Г.**
Сумський державний університет (Україна)

Туризм – це галузь, що залучає багатомільярдні інвестиції за рахунок різних джерел: державних дотацій, коштів міжнародних фінансових і туристичних організацій, приватних вкладень.

В Україні туризм розглянуто, як одну з базових складових місцевого розвитку, він безпосередньо пов'язаний зі станом малого та середнього бізнесу, що передбачає активні дії місцевих органів влади, спрямовані на створення передумов для прискореного розвитку цієї галузі економіки.

Глобальне погіршення стану навколишнього природного середовища призводить до зростання значущості зеленого (екологічного) туризму серед інших послуг сфери відпочинку та розваг.

Виділяють такі економічні наслідки ефективного розвитку сільського туризму в регіоні:

- створення нових робочих місць і утримання наявних;
- розширення галузей, які існують у селі (тобто з'являються нові економічні галузі, де можна заробити, наприклад, створюються кафе чи клуб);
- власники агроосель отримують додаткове джерело прибутку, навіть, якщо вони приймають туристів лише частину року, а решту часу займаються звичною сільськогосподарською діяльністю;
- економічна стабільність для малих сіл та поселень, які зазвичай знаходяться під загрозою зникнення, оскільки там проживає надто мало населення і не розвиваються економічні галузі;
- економічна зайнятість жінок;
- нові ідеї та ініціативи, також інновації.

Враховуючи те, що економічні і соціальні проблеми села значно загострилися, широке розповсюдження і розвиток сільського туризму є особливо бажаним.

Задля зростання ролі сільського туризму на Сумщині пропонуємо створити туристичний маршрут «Один день з життя братства» в Ямпільському районі в с. Воздвиженське на колишніх землях Православного Хрестовоздвиженського Трудового Братства М.М. Неплюєва

Розроблено бізнес-модель організації сільського туризму в Сумській області за допомогою всевітньо відомої моделі «Canvas», авторами якої є Олександр Остервальдер та Ів Пінє. Ця модель дозволяє охарактеризувати чотири основні аспекти будь-якого бізнесу: клієнтів, пропозицію, інфраструктуру та фінансову спроможність. Існує дев'ять основних блоків, які описують, завдяки яким проект є ефективним [1].

Охарактеризуємо кожний блок моделі в табл. 1.

На підставі проведеного аналізу історичного досвіду господарювання сталої громади на прикладі Трудового Братства М.М. Неплюєва було запропоновано бізнес-модель розвитку зеленого туризму на колишніх землях Братства (с. Воздвиженське, Ямпільський район, Сумська область). На Україні дана модель вперше застосована для реалізації туристичного маршруту «Один день з життя братства».

Головним висновком з приводу необхідності розвитку екологічного туризму є те, що він є не стільки формою активного відпочинку, що теж дуже важливо, скільки формою масового залучення людей до цінностей природної і культурної спадщини до проблем дбайливого ставлення до нього і його збереження для майбутніх поколінь.

Нажаль, сьогодні іноземні туристи сприймають політичну ситуацію гіпертрофовано, тому що на території України здебільшого ведуться бойові дії. Очікувати, що буде розвиватися в'їзний туризм, поки не нормалізується суспільно-політична ситуація, звичайно, не доводиться. Повинна бути максимально сприятлива економічна політика, спрямована на стимулювання інвесторів в Сумській області, з перспективою будівництва об'єктів інфраструктури.

1. Олександр Остервальдер та Ів Піньє, Бізнес – модель «Canvas» [Електронний ресурс].
– Режим доступу: http://slon.ru/business/startup_akademiya_cho_obshchego_u_startapa_i_parashyuta-845656.xhtml.

Таблиця 1 – Основні блоки моделі «Canvas»

<p>Ключові партнерами будемо вважати:</p> <ul style="list-style-type: none"> – IT- фірма – Воздвиженська сільська рада – Туристичні агентства – Постачальники ресурсів – Банки – Інвестори 	<p>Ключові активності:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Харчування – Можливість користування їдальнею – Екскурсії у с. Воздвиженське – Паркінг – Трансфер до садиби – Спорт, розваги, інтернет 	<p>Ключові ресурси:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Трудові – Фінансові – Матеріальні ресурси – Нематеріальні – Інтелектуальний
<p>Цінність пропозицій:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Проживання – Харчування – Культурно-розважальні програми – Туристичні прогулянки 	<p>Канали:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Інтернет-сайт – Туристичні агентства – Газета – Телебачення – Реклама у місцях масового скупчення людей 	<p>Потенційні клієнти:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сім'ї з дітьми – люди похилого віку – компанії молодих людей
<p>Структура витрат:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Залучення спеціалістів; витрати на оренду – Комунальні послуги; закупки матеріалів – Початкові інвестиції на реставрацію; реклама – Плата за послуги туристичного агентства – Плата за розробку сайту – Затрати на виплату заробітної плати. 	<p>Ціна за прайсом включатиме:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оплату проживання – транспортні послуги – харчування – послуги гідів-провідників – відвідування музею та інших визначних пам'яток. 	<p>Відносини з клієнтами:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Консультування в турагентствах, по телефону – Документальне оформлення туристів – Формування групи – Інформування про маршрут.

Ковальов, Б.Л. Генерування бізнес-моделі організації екологічного туризму на Сумщині (на прикладі трудового братства М. М. Неплюєва) [Текст] / Б.Л. Ковальов, А.Г. Портянка // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О. Ф., м. Суми, 27 травня 2015 р. / За заг. ред. О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. – Суми: СумДУ, 2015. – С. 63-65.