

УДК

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ РЕГІОНУ

Ігор Зінько

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська 1, м. Львів, 79000 Україна, тел. (0322)394656;
Wyższa szkoła umiejętności im. St. Staszica w Kielcach (Polska),
ul. Wesola 52, tel. (041)3446016*

Розглянуто актуальні правові, організаційні, інформаційно-рекламні та освітньо-методичні проблеми розвитку сільського зеленого туризму в Україні та особливості його реалізації у контексті туристичної політики регіону, зокрема у Львівській області. Використовується метод SWOT-аналізу для з'ясування наявних переваг та недоліків, можливостей та загроз розвитку сільського зеленого туризму в регіоні.

Ключові слова: сільський зелений туризм, регіон, туристична політика, інформаційне забезпечення, SWOT-аналіз.

В умовах удосконалення ринкових відносин в Україні одним із актуальних напрямів розвитку сільського господарства може стати зелений туризм. Це окремий вид відпочинково-пізнавального виду туризму передбачає не лише підвищення рівня зайнятості на селі, розширення можливостей заробітків селян, вдосконалення інфраструктурного забезпечення, а й якісне поліпшення сільського способу життя, відновлення призабутих народних ремесел, обрядів і традицій. Головним суб'єктом в організації зеленого туризму на селі є сім'я, яка надає для потенційних туристів своє житло, забезпечує харчуванням і побутовими зручностями, знайомить гостей з сільським способом життя та народними ремеслами, організовує екскурсії по селу, його околицях та прилеглих цікавих місцях тощо.

Розвиток сільського зеленого туризму (далі – СЗТ) у кожній області України має свою специфіку, зумовлену комплексним впливом розмаїтих чинників – історичних, географічних, етнографічних, культурних, економічних, соціальних та інших, має свої переваги та свої недоліки. У зв'язку зі значним зростанням попиту на зелений туризм в Україні починає звертатися все більше уваги як на загальнодержавному, так і на регіональному (обласному) рівнях. Найбільш дієвою і впливовою організацією вважається Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму, котра має свої представництва у всіх областях України, займається організаційною, інформаційною, видавничою діяльністю, вона ж виступила розробником законопроекту “Про сільський зелений туризм”. Одна із важливих функцій Спілки – тренінги та семінари для господарів садиб, від яких залежить якість прийому гостей-туристів, а, відповідно, популяризація цього виду туризму.

Сам термін “Зелений туризм” зустрічається у двох Указах Президента України щодо основних напрямків розвитку туризму в Україні до 2010 року (1999 р.) та щодо соціального розвитку села (2000 р.). Так, в “Основних напрямках розвитку туризму в

Україні до 2010 року” вказується, що одним із актуальних завдань розвитку туристичної галузі має бути “залучення приватного сектору, особливо у сільській місцевості, до рекреаційно-туристичного підприємництва та підсобної діяльності у сфері туризму (сільського зеленого туризму)”. Водночас Постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 року “Про розвиток туризму в Україні до 2010 року” вказується на необхідність розробити Програму розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Діючий від 15 травня 2003 р. Закон України “Про особисте селянське господарство” передбачає право селянським родинам надавати послуги сільського зеленого туризму на основі власного господарства.

Міністерство агропромислового комплексу України включило до проекту Національної програми розвитку агропромислового виробництва і відродження села на період до 2010 року окремі положення про сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Цей напрям діяльності на селі підтримується спеціальними європейськими програми, серед яких можна назвати діяльність фонду “Євразія”, Європейської федерації сільського зеленого туризму “Єврожітс” та програму TACIS.

Тобто, можна стверджувати, що у сфері законодавчого регулювання та організаційного забезпечення розвитку СЗТ зроблено за останні роки доволі багато, однак прийняття головного документа – закону “Про сільський зелений туризм” ми ще не дочекалися.

Серед інших головних проблем розвитку СЗТ є надто слабка маркетингова та рекламна стратегія його просування як туристичного продукту. Маркетинг у туризмі – це система постійного погодження пропонованих послуг з тими послугами, які користуються попитом на туристичному ринку і які туристичне підприємство здатне запропонувати споживачеві ефективніше, ніж конкуренти та з потенційним прибутком для себе [1, с. 160]. Значна частина послуг у СЗТ не може бути реалізована з достатньою ефективністю з одного боку через брак інформації про актуальні потреби та соціальну категорію потенційного туриста, а тому селянські господарства часто на власний розсуд переорієнтовуються на надання туристичних послуг і не знаходять такого клієнта, а з іншого – велика частина туристів навмання шукає відпочинку на лоні природи у затишній атмосфері сільської хати, натикаючись при цьому на не передбачувані і завчасно непогоджені умови.

Можна стверджувати, що реалії українського СЗТ часто пов’язані з відсутністю належного оперативного зв’язку між конкретною садибою та потенційним споживачем туристичного продукту. У зв’язку з цим виникає гостра потреба у налагодженні такого інформаційного забезпечення через поширення інформаційно-реklamних матеріалів про відпочинок на селі та особливо через мережу Інтернет. Доступ до цього джерела різнобічної та постійно поновлюваної інформації для потенційних споживачів такого туристичного продукту як зелений туризм перестав бути особливо проблемним, до того ж така інформація є значно дешевшою і оперативнішою, ніж звичні телефонні дзвінки чи друкована реклама про такі послуги. Однак рівень інформованості про обсяги, якість СЗТ, його ціни, наявність вільних місць та можливості резервування часто не відповідають потребам такого споживача. Тобто розробникам відповідних туристичних сайтів треба подбати про високу якість та різносторонність надаваних послуг. Наявності фотографій якої-небудь садиби у кількох ракурсах, спальних кімнат та найбільш загальної інформації про послуги буває замало, щоб переконати потенційного туриста про її перевагу. З іншого боку, багато садіб, особливо тих, які розміщені поодинокі, віддалених від місць звичної концентрації послуг СЗТ, не в змозі скористуватися

послугами мережі Інтернет задля просування своєї пропозиції на ринок як чисто з фінансової точки зору, так часто і через брак інформації про таку можливість.

Зазвичай у рекламі послуг СЗТ відсутня така обов'язкова чи дуже бажана інформація як місце розташування господарства у селі (бажано було б це вказати на картосхемі), спосіб туди добратися на засобах громадського транспорту (час відправлень автобусів чи поїздів з найближчого районного центру чи залізничної станції), можливість надання екстреної медичної допомоги. Досить бажаними була б інформація про певні кухарські переваги господині. Дуже рідко в мережі Інтернет зустрічаються фотографії господарів садиби та членів їх родини.

Ще одна важлива особливість надання інформаційних послуг полягає в тому, що самі садиби повинні подбати про наявність комп'ютера та його підключення до світової мережі у власній садибі, що дозволить значно підвищити свою конкурентоспроможність з одного боку, а з іншого – самому постійно перебувати на зв'язку з потенційними клієнтами і оперативно та ефективно впливати на просування свого туристичного продукту.

Таким чином маркетинговий супровід такого складного туристичного продукту як послуги СЗТ повинен передбачати комплексний цільовий підхід, який передбачає аналіз потреб потенційного споживача у різних його соціальних зрізах, всебічне вивчення туристичного продукту, його реклама та умови продажу.

Ще один важливий аспект розвитку СЗТ полягає у налагодженні системи підготовки фахівців цього профілю та перепідготовки селян, які хотіли б зайнятися сільським туризмом. Для цього варто було б на рівні обласних асоціацій зеленого туризму створити постійно діючий інформаційно-освітній центр, де можна було б пройти необхідну підготовку та отримати сертифікат про готовність займатися цим видом діяльності.

Успішний розвиток СЗТ повинен значною мірою вирішуватися в межах регіональної та локальної туристичної політики, яка конкретизується і матеріалізується відповідно до контексту загальної національної політики. Метою регіональної туристичної політики є створення конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту на основі збереження і використання переваг місцевого туристичного потенціалу, а також збільшення соціально-економічного ефекту від розвитку туристично-рекреаційної діяльності в регіоні. [2, с. 225]. Основним завданням регіональної політики є максимальне врахування усіх переваг та недоліків для розвитку туризму взагалі та СЗТ зокрема, з'ясування специфіки туристичного попиту та пропозиції в секторі СЗТ, розробка маркетингового супроводу просування СЗТ на туристичний ринок, створення комплексної цільової програми розвитку туризму, в т.ч. СЗТ.

Зокрема, на Львівщині обласна рада народних депутатів у липні 2008 р затвердила програму розвитку сільського зеленого туризму у гірських населених пунктах області на 2008-2009 роки. Головною метою програми є підтримка жителів гірських населених пунктів шляхом розвитку сільського зеленого туризму та підвищення спроможності місцевих органів влади на зміцнення туристичної індустрії. Програма передбачає виконання таких заходів: створення та навчання робочої групи; промоційні акції сільського і зеленого туризму; формування реєстру власників агроосель, проведення семінарів, тренінгів моніторингів; вивчення зарубіжного досвіду та інше. На реалізацію програми передбачається використати 4,1 млн. грн., з яких 1,5 млн. грн. з обласного бюджету, 2,6 млн. грн. – фінансові установи. Програмою також передбачається погашення відсоткової ставки банків на кредити для власників агроосель. Власники

агроосель могли б взяти кредити вже у 2008 р. на суму близько 0,6 млн. грн., у 2009 році – 2 млн. грн.

Програма доповнена додатковими пунктами мети у порівнянні з її першим варіантом: стимулювати розвиток сільського зеленого туризму в гірських населених пунктах; сприяти зміцненню прикордонного співробітництва та розширення зв'язків з країнами-сусідами; легалізація та класифікація зеленого туризму.

Внесено також додаткові 4 пункти до очікуваних результатів програми: удосконалення професійного рівня власників садиб сільського зеленого туризму; поліпшення благоустрою сільських населених пунктів; розширення сфери зайнятості сільського населення та створення нових робочих місць; можливість реалізації на місці продуктів особистого селянського господарства. Для виконання програми формуються обласна та районні робочі групи [3].

Однак у програмі розвитку сільського зеленого туризму Львівщини згадуються лише найбільш проблемні гірські райони, хоча розвиток цього напрямку туризму має достатній потенціал і в рівнинних районах області, однак вони будуть позбавлені такої організаційної та фінансової підтримки. Взагалі, з точки зору територіального районування СЗТ на Львівщині можна виділити чотири групи районів або їх частин, при цьому деякі з них одночасно можуть входити до кількох груп. Це: гірські, прикордонні, підльвівські та інші райони. У останній групі можна виділити райони (частини районів) багаті на умови та ресурси для розвитку СЗТ та райони з поганим станом та перспективами розвитку СЗТ. Це поки що найбільш загальне припущення може стати темою окремого наукового дослідження.

Для дослідження перспектив розвитку СЗТ в певному регіоні (найбільш придатний у цьому випадку рівень адміністративного району) варто застосувати SWOT-аналіз, який передбачає визначення власних сильних та слабких сторін як системи внутрішніх чинників, а також вивчення можливостей та загроз для його розвитку як системи зовнішніх чинників [4, с. 231-232].

Результатом застосування SWOT-аналізу для потреб розвитку СЗТ в адміністративному районі можуть бути такі групи внутрішніх (переваги та недоліки) та зовнішніх (можливості і загрози) чинників:

Переваги:

- вигідне географічне розташування (мальовничість ландшафтів, транспортна доступність тощо);
- наявність багатих і різноманітних рекреаційних ресурсів (доступні для пішохідних чи велосипедних прогулянок гори (влітку) чи облаштовані гірськолижні траси взимку, наявність водних об'єктів для купання, можливості для збирання ягід та грибів тощо);
- історична та архітектурна спадщина (наявність цікавих екскурсійних об'єктів);
- чистота навколишнього середовища;
- національно-етнографічна особливість району (народна культура, побут, звичаї, обряди, ремесла, регіональні свята тощо);
- традиції гостинності населення (відкритість та щирість у спілкуванні, добра облаштованість та чистота садиб, особливості регіональної кухні тощо);
- досвід у організації сільського зеленого туризму (наявність великої кількості агрогосподарств, високий рівень інформаційно-рекламного забезпечення);
- високий (достатній) рівень інфраструктурного забезпечення (дороги, водопостачання, медичне, торговельне, поштове обслуговування);

- високий чи середній у порівнянні з обласним показниками рівень соціально-економічного забезпечення населення;
- відсутність міжнаціональних та міжрелігійних конфліктів.

Недоліки:

- невигідне географічне розташування (одноманітність ландшафту, значна віддаленість від трас міжобласного та міжрайонного сполучення, безпосереднє сусідство з великим містом);
- убогість та одноманітність рекреаційного забезпечення (незначні можливості для відпочинку на лоні природи);
- убога історична та архітектурна спадщина;
- відсутність досвіду діяльності у сфері СЗТ (невелика кількість садиб, відсутній або низький рівень організаційного та інформаційно-рекламного забезпечення діяльності);
- забрудненість навколишнього середовища (наявність об'єктів зі значними викидами шкідливих речовин у довкілля, складів з отруйними речовинами, забруднених водойм тощо);
- погане чи недостатнє інфраструктурне забезпечення;
- відсутність традицій народного побуту та культури чи їх занедбаний стан;
- традиційний та нецікавий підхід щодо гостинності (формальний підхід до прийому гостей, неоригінальна і примітивна кухня тощо);
- низький рівень інфраструктурного розвитку району та соціально-економічного забезпечення місцевого населення;
- відсутність чіткої стратегії розвитку СЗТ на рівні району;
- високий рівень напруги в міжнаціональних та міжконфесійних конфліктах.

Можливості:

- ефективне організаційне, освітньо-методичне та інформаційно-правове забезпечення розвитку СЗТ на рівні держави, області, району;
- використання району як транзитної території;
- збільшення інвестицій та якісне поліпшення інфраструктурного забезпечення розвитку району;
- налагодження міжрайонного співробітництва в галузі СЗТ;
- відновлення пам'яток історії, архітектури та культури;
- включення деяких об'єктів природи, культури та архітектури до екскурсійних маршрутів міжнародного, загальнодержавного та обласного значення;
- відновлення традицій народної культури, звичаїв, обрядів, національних ремесел та кухні;
- поліпшення краєзнавчої роботи в сільських клубах та викладання народознавства і краєзнавства в школах;
- поліпшення стану довкілля.

Загрози:

- повільний або відсутній розвиток організаційного, освітньо-методичного та інформаційно-рекламного забезпечення СЗТ на рівні держави, області та району;
- зростаюча конкуренція з боку суб'єктів СЗТ сусідніх районів та областей;
- погіршення стану довкілля у зв'язку;
- погіршення стану інфраструктурного забезпечення району та соціально-економічного рівня життя населення у зв'язку з економічною стагнацією та депресією у державі;

- подальша деградація традицій народної культури та побуту;
- несприятлива демографічна ситуація.

Внаслідок з'ясування реального стану справ по кожному з цих чотирьох підрозділів, виокремлення суттєвих і другорядних чинників можна здійснити об'єктивну оцінку сучасного рівня та перспектив розвитку СЗТ адміністративного району. Проведення SWOT-аналізу дає також можливість визначити територіальні особливості та актуальні напрямки розвитку СЗТ району, сконцентрувати матеріально-технічні, інвестиційні, організаційно-економічні та інші засоби задля його потреб.

Таким чином, розвиток сільського зеленого туризму повинен стати об'єктом прискіпливої уваги обласних та районних адміністрацій, привабливим полем діяльності для передових, дієвих і творчих селянських родин. Він вимагає виваженого комплексного наукового підходу, належного маркетингового супроводу, доброго освітнього та інформаційного забезпечення.

1. *Мальська М., Худо В., Цибух В.* Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник. – Л: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 360 с.
2. *Бойко М., Гонкало Л.* Засади формування пріоритетних напрямів туристичної політики України // *Регіональна економіка.* – 2005.- №1. – С. 222-229.
3. Львівська облрада затвердила програму розвитку сільського зеленого туризму у гірських населених пунктах області на 2008-2009 роки. – Доступно: <http://www.presstime.com.ua/news/view/27556.html>
4. *Кифяк О.* Рекреаційна індустрія Буковини як пріоритетний напрям стратегії соціально-економічного розвитку краю // *Регіональна економіка.* – 2005. – №1. – С. 230-233.

RURAL GREEN TOURISM AS INTEGRAL PART OF REGIONAL STRATEGY OF TOURISM POLICY

Ihor Zinko

*Ivan Franko National University of Lviv
vul. Universytetska 1, Lviv 79000, Ukraine, tel. (032) 239-46-56,
Stanislaw Staszic University of Arts and Sciences in Kielce (Poland)
ul. Wesola52, tel. (041)3446016*

The article is dedicated to the current legal, structural, informational-advertising and educational-methodical problems of the development of rural green tourism in Ukraine and its peculiarities in the frameworks of regional tourism policy, especially in Lviv region. SWOT-analysis in discovering advantages and shortcomings, possibilities and threats in promotion of rural green tourism is used.

Key words: rural green tourism, region, tourism policy, SWOT-analysis.

*Стаття надійшла до редколегії 11.05.2008
Прийнята до друку 21.06.2008*