

УДК 379.85

Габа М. І.,

канд. екон. наук, викладач,
ДНЗ «Львівське вище професійне училище торгівлі та
сфери послуг», м. Львів

ВПЛИВ РІЗНОМАНІТНИХ ФАКТОРІВ НА РОЗВИТОК І ДІЯЛЬНІСТЬ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ КАРПАТ

У статті розглянуто фактори, які впливають на ефективний розвиток сільського зеленого туризму. Визначено роль і значення цих факторів та обґрунтовано доцільність їх впровадження. Проаналізовано їх вплив на ефективність і якість управління у сільському зеленому туризмі Карпат та України загалом.

Ключові слова: фактор, туризм, сільський зелений туризм, реклама, послуги сільського зеленого туризму.

ВЛИЯНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ФАКТОРОВ НА РАЗВИТИЕ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СЕЛЬСКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМА КАРПАТ

Габа М. И.

В статье рассмотрены факторы, влияющие на эффективное развитие сельского зеленого туризма. Определены роль и значение этих факторов и обоснована целесообразность их внедрения. Проанализировано их влияние на эффективность и качество управления в сельском зеленом туризме Карпат и Украины в целом.

Ключевые слова: фактор, туризм, сельский зеленый туризм, реклама, услуги сельского зеленого туризма.

THE INFLUENCE OF VARIOUS FACTORS ON THE DEVELOPMENT AND OPERATION OF RURAL GREEN TOURISM CARPATHIANS

Haba M.

The article examines the factors that influence the effective development and activities in the field of rural green tourism. Identified and analyzed their role and importance for effective activity facilities in the area. The expediency of implementation and application of these factors for good governance and effective operation and development of rural green tourism in the Carpathian region and Ukraine in general that will enable distributed main advantages and disadvantages for the effective development and activity in this area.

Keywords: factor, tourism, rural green tourism, advertising, services rural green tourism.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку економіки України змінюється структура туристичної галузі за рахунок розвитку перспективних видів туризму, в тому числі сільського зеленого туризму. Це специфічна форма відпочинку на селі, яка має широкі можливості використання природного, матеріального і культурного потенціалу певних регіонів. Вивчення та використання факторів, які впливають на розвиток та діяльність у сфері сільського зеленого туризму є актуальним для дослідження, які забезпечать його

ефективний розвиток та діяльність у Карпатах і покращать стан туристичної галузі загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку сільського зеленого туризму досліджували такі вчені-економісти: С. О. Гуткевич [1], М. Желяк [7], Ю. В. Зінько [5], Т. Ю. Лужанська, С. С. Махлинець [2], Х. Й. Роглев [3], О. І. Станкевич-Волосянчук [6], М. Й. Рутинський [5], В. Одзімек [7], Л. І. Тебляшкіна [2], І. М. Школа [8] та інші науковці. Проте, зважаючи на актуальність питання щодо розвитку сільського зеленого туризму виникає необхідність у більш глибокому дослідженні факторів впливу на розвиток та діяльність даного виду туризму, як перспективного напрямку розвитку загального піднесення економічного рівня Карпатського регіону.

Метою статті є аналіз факторів впливу на розвиток та діяльність у сфері сільського зеленого туризму Карпат.

Основні результати дослідження. Розвиток сільського зеленого туризму залежить від багатьох факторів, у т.ч. демографічних, економічних, технологічних, природних, політико-правових і соціально-культурних (рис.1).

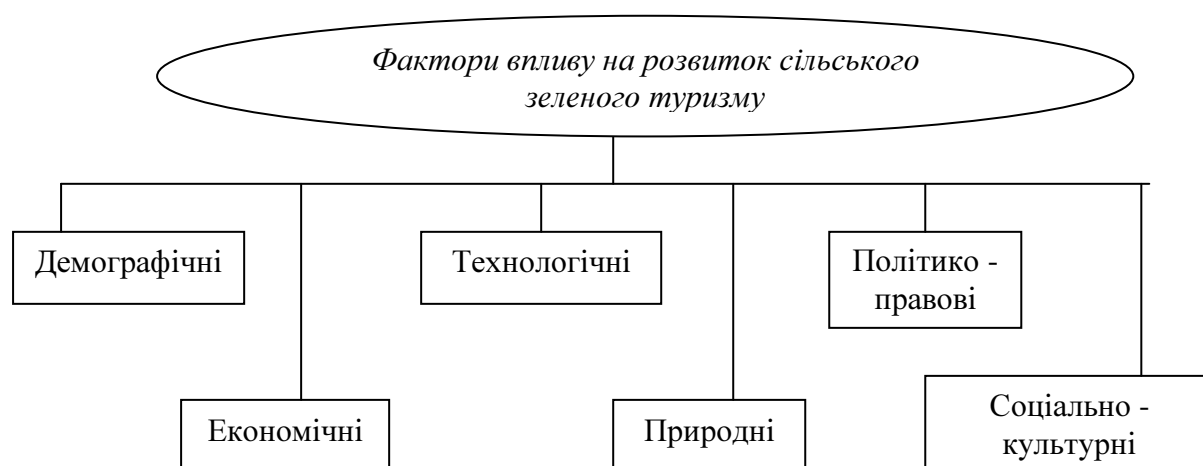


Рис.1. Фактори впливу на розвиток сільського зеленого туризму

Джерело: побудовано автором

Демографічний фактор передбачає вплив на розвиток сільського зеленого туризму населення, його віку, рівня освіти, міграції, що зумовлює асортимент туристичних послуг у цій сфері. Створення туристичних підприємств сприяє покращенню демографічної ситуації в регіоні, так як створюються додаткові робочі місця, зменшується міграція населення. Туризм – це галузь економіки, тому розвиток сільського зеленого туризму сприяє збільшенню поступлення додаткових доходів, робочих місць, зменшення безробіття.

Економічний фактор, характеризує реальна купівельна спроможність населення, рівень цін, соціально-економічний розвитку та спеціалізація регіону, де надаються послуги сільського зеленого туризму.

Технологічне середовище, впливає на розвиток сільського зеленого туризму, шляхом прискорення розвитку науково-технічних досягнень, оновлення комп'ютерних технологій, продажу турпослуг у системі он-лайн, які визначають майбутні сприятливі можливості для суб'єктів господарювання у цій сфері.

Природне середовище території, де надають послуги сільського зеленого туризму

відноситься до фактору впливу на розвиток цього виду туризму. Туристичний ринок сільського зеленого туризму представлений найбільш розвиненими областями, де популярними є гірський, лижний, мисливський, велосипедний, водний, екологічний, етнокультурний туризм тощо.

Політико–правовий фактор, як показав аналіз, пов'язаний з органами державної влади та контролю, нормативно–правовим законодавством, що регулює діяльність суб'єктів у сфері сільського зеленого туризму. Важливим фактором впливу на розвиток цього виду туризму є соціально–культурні фактори, змістом яких є ставлення людей до навколишнього природного середовища, їх індивідуальна культура, системи соціальних правил і духовних цінностей в суспільстві.

На підставі розгляду факторів впливу на розвиток сільського зеленого туризму та специфічність його послуг їх об'єднано їх у такі групи: зовнішні, внутрішні та специфічні.

До зовнішніх факторів впливу віднесено такі: – демографічні –зайнятість; економічний розвиток; технологічні; екологічні; політико-правовий розвиток; соціально – культурні – культурна спадщина. До внутрішніх факторів впливу віднесено такі: адаптованість об'єкта сільського зеленого туризму до внутрішніх і зовнішніх змін; кваліфікований обслуговуючий персонал, інші матеріальні та фінансові ресурси; якість та асортимент пропонованих турпродуктів і турпослуг у сфері сільського зеленого туризму; відповідність ціни та якості послуг; рівень задоволення споживачів цими послугами; комунікаційні процеси в організації діяльності об'єктів сільського зеленого туризму; вартість кредитних ресурсів і можливості інвестиційно-інноваційного розвитку тощо.

Велике значення для розвитку сільського зеленого туризму має особлива група факторів, які обумовлені особливостями діяльності об'єктів сільського зеленого туризму: сезонність; конкуренція; рівень розвитку реклами; розвиток інфраструктури; рекреаційно-туристичні ресурси; культурно-історичні та етнографічні особливості.

За результатами проведеного аналізу визначено, що на ринку турпослуг найбільш розвинутих районів сільського зеленого туризму пропонується багато видів сезонного відпочинку (табл. 1.)

Як показав аналіз видів сезонного відпочинку у сфері сільського зеленого туризму, основними є три групи рейтингів відповідно до сезонів, за якими споживачі обирають вид відпочинку:

- I – круглий рік;
- II – весняно-літній, літньо-осінній;
- III – осінньо-зимовий, зимовий.

Для поліпшення розвитку і діяльності об'єктів сільського зеленого туризму (садиб) у регіонах України варто поглиблено досліджувати такі напрями:

- розширення асортименту послуг, які пропонуються на ринок;
- оптимізація цінової політики;
- підвищення конкурентоспроможності на туристичному ринку;
- підвищення ефективності рекламної діяльності;
- координація діяльності учасників туристичного ринку.

Послуги сільського зеленого туризму, які пропонують власники садиб у пріоритетних областях сільського зеленого туризму є достатньо спорідненими, а саме: організація

перевезення туристів; організація їх харчування; організація екскурсій; послуги побутового обслуговування тощо. До додаткових послуг у сфері сільського зеленого туризму відносяться такі: залучення до народних обрядів, анімаційних програм; прокат човнів і туристичного спорядження; послуги зі збирання грибів, ягід та їх консервація; залучення туристів до народних промислів та сільськогосподарських робіт.

Таблиця 1. Види сезонного відпочинку у сфері сільського зеленого туризму

Види відпочинку	Сезон				Рейтинг
	Зима	Весна	Літо	Осінь	
Екскурсійні тури, піші тури	+	+	+	+	I
	-	+	+	+	II
Гірський туризм:					
-велотуристичні подорожі;	-	+	+	-	II
- подорожі гірським велосипедом;	-	+	+	-	II
-лижні походи;	+	-	-	-	III
-гірські сходження	-	+	+	-	I
Спортивне орієнтування, зимове орієнтування	-	+	+	-	II
	+	-	-	-	III
Парапланеризм			+	+	II
Полювання	+	-	-	+	II, III
Риболовля	-	-	+	+	II
Збір лікарських трав	-	-	+	-	II
Збір грибів	-	-	+	+	II
Кемпінг	-	+	+	-	II
Пікнік	-	+	+	-	II
Спостереження за птахами	-	-	+	+	II
Спостереження за тваринами	+	+	+	+	I
Прогулянки верхом на конях	+	+	+	+	I
Відпочинок на воді	-	-	+	-	II

Джерело: складено автором

Важливу роль у формуванні цінової політики, яка визначається власниками садиб на запропоновані ними послуги, відіграє діяльність учасників ринку сільського зеленого туризму в правовому полі, що зумовлює сплату податків і зборів у досить значних обсягах та визначає підвищення або зниження остаточної ціни на певну турпослугу чи турпродукт. Тому спостерігається певна невідповідність відсоткових ставок, які необхідно сплачувати власникам садиб за можливість здійснювати цей вид підприємницької діяльності відповідно до кількості зелених туристів, їх реальної купівельної спроможності, рівня зайнятості населення та інших складових. При визначенні ціни на послуги сільського зеленого туризму важливо враховувати доходи населення, рівень його купівельної спроможності.

Підвищити рівень конкурентоспроможності запропонованих на ринок туристичних послуг сільського зеленого туризму власник садиби може через вдалий опис її особливостей, географічного розташування, транспортної інфраструктури й іншого автентичного колориту вражень від придбання послуг саме цього об'єкту.

Якомога більш індивідуалізованою повинна бути рекламна політика у сфері популяризації турпослуг у найбільш пріоритетних областях сільського зеленого туризму в

Україні самими власниками садиб і Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму, до якої зазвичай вони входять. Особливостями рекламних кампаній, змістом яких є популяризація послуг у сфері сільського зеленого туризму, повинно бути заохочення саме такого виду відпочинку. Популяризація послуг відпочинку у сфері сільського зеленого туризму для споживачів має передбачати випуск і розповсюдження буклетів, де коротко описані послуги, що надаються, друк рекламних оголошень і рекламних звернень у засобах масової інформації у всіх регіонах, а також залучення інтернет-ресурсів.

Розуміння власниками садиб можливості одержання додаткових переваг від взаємодії усіх учасників туристичного ринку сфери сільського зеленого туризму та отримання в результаті цього синергетичного ефекту, як появи якісно нових джерел розвитку, підвищення ефективності діяльності в результаті поєднання окремих частин, елементів, факторів у єдину систему, розглядається нами як доцільний напрям ринкового партнерства. До такої групи партнерів мають належати й інші суб'єкти підприємницької діяльності, які розташовані поряд із садибою, і є власниками кав'ярні, ресторану, магазину з продажу сувенірів тощо.

Роль участі споживача у сфері послуг сільського зеленого туризму та взаємної інтеграції бажань, очікувань дає можливість одержувати високоякісні послуги за доступними цінами, а власник садиби, як об'єкта сільського зеленого туризму може отримувати максимальний прибуток, але це потребує участі споживачів у процесі розробки та надання туристичних послуг.

Особливості процесу розробки та надання туристичних послуг і туристичних продуктів споживачам у сфері сільського зеленого туризму подано на рис. 2. Ця блок-схема включає такі блоки: I - процес розробки турпослуг і турпродуктів споживачам у сільському зеленому туризмі; II - процес надання турпослуг і турпродуктів споживачам у сфері сільського зеленого туризму.

Створення допоміжних робочих місць пов'язано з залученням сільського населення до обслуговування туристів, що сприяє внутрішній міграції населення задля отримання робочих місць.

Локальна ефективність діяльності об'єктів сільського зеленого туризму, яка є складовою мультиплікаційної ефективності, дає додаткові нові можливості підвищити рівень зайнятості населення в даному регіоні, знизити рівень безробіття у ньому та рівень виплат з державного бюджету по безробіттю, а також зняти гостру соціальну напругу в туристично розвинених регіонах України.

Ще одним фактором, який вагомо впливає на споживачів сільського зеленого туризму, є сегментування їх та визначення окремих ніш споживачів. Важливість цього полягає у тому, що на ринку туристичних послуг сільського зеленого туризму з'являються нові демографічні групи, нові потреби, що зумовлюють процес розробки та пропозиції більш індивідуалізованих тур послуг і турпродуктів. Це пов'язано з організацією різноманітних форм проведення канікул і відпусток; врахування потреби туристів купувати короткострокові турпослуги і турпродукти у сфері сільського зеленого туризму. Розуміння власниками садиб можливостей отримання додаткових переваг від взаємодії усіх учасників туристичного ринку сфери сільського зеленого туризму та отримання в результаті цього синергетичного ефекту, як появи якісно нових джерел розвитку, підвищення ефективності



Рис. 2. Блок-схема процесу розробки та надання туристичних послуг і туристичних продуктів споживачам у сфері сільського зеленого туризму

Джерело: побудовано автором.

діяльності в результаті поєднання окремих частин, елементів, факторів у єдину систему, - то такий напрям їх ринкового партнерства спостерігається як доцільний. До такої групи

партнерів відносяться і інші суб'єкти підприємницької діяльності, які знаходяться поряд з садибою, але надають послуги маючи кав'ярню, ресторан, магазин з продажу сувенірів тощо.

Змістом ефекту локального, як конкретного результату господарської діяльності приватних садиб, їх дохід (прибуток) внаслідок надання власником садиби та його сім'єю різноманітних туристичних послуг; супутніх послуг; мультиплікаційний ефект – це той сукупний ефект, який отримують усі садиби Карпатського регіону у різних сферах своєї діяльності надаючи туристичні послуги, туристичні продукти супутні послуги, а також продаючи певні товари.

Локальна ефективність діяльності об'єктів сільського зеленого туризму, яка є складовою мультиплікаційної ефективності, дає додаткові нові можливості підвищити рівень зайнятості населення в даному регіоні, знизити рівень безробіття у ньому та рівень виплат з державного бюджету по безробіттю, а також зняти гостру соціальну напругу в туристично розвинених регіонах України.

Саме мультиплікаційний ефект сільського зеленого туризму дасть можливість зміцнити основні фактори сталого розвитку національної економіки: покращити розвиток науки, посилити її зв'язок з практикою та виробництвом; інтенсифікувати управлінські процеси в підприємствах сільського зеленого туризму; знизити рівень витрат на виробництво турпослуг.

Висновок. Таким чином для ефективної діяльності та розвитку сільського зеленого туризму Карпат актуальним є застосування й впровадження факторів впливу на них, які сприятимуть зростанню обсягів внутрішнього туризму, а також підвищенню життєвого рівня сільського населення за рахунок доходів від туристичної діяльності, адже селяни мають змогу вигідно реалізувати безпосередньо на місці частину виробленої продукції; розвиток власного бізнесу; відродженню інтересу до своєї країни; вирішенню питань збереження історико-культурної спадщини і захисту навколишнього природного середовища; зміцненню здоров'я. Усі фактори, які впливають на розвиток та діяльність сільського зеленого туризму, є взаємопов'язаними. До позитивних факторів впливу на розвиток сільського зеленого туризму можна віднести: конкурентоспроможність об'єктів сільського зеленого туризму, ефективну рекламну політику; широкий асортимент турпродуктів та рівень цін; ємність ринку. Негативними факторами є: політична нестабільність; безробіття; зростання цін на туристичні послуги; недостатній обсяг фінансування.

1. Гуткевич С. О. Сільський зелений туризм: управління та розвиток. «Карпатський регіон»: [монографія] / С. О. Гуткевич, М. І. Габа. – Львів, 2013.

2. Лужанська Т. Ю. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: [навч. посіб.] / Т. Ю. Лужанська, С. С. Махлинець, Л. І. Тебляшкіна. – К.: Кондор, 2008.

3. Роглев Х.Й. Сільський туризм – перспективний напрямок розвитку туристської індустрії України / Х. Й. Роглев // Туризм : теорія та практика. – 2005. – № 1.

4. Рутинський М. Й. Туристичний комплекс Карпатського регіону України : [навч. посіб.] / М. Й. Рутинський, О. В. Стецюк. – Чернівці: Книги – XXI, 2008.

5. Рутинський М. Й. Сільський туризм : [навч. посіб.] / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінько. К.: Знання, 2006.

6. Станкевич-Волосянчук О. І. Сільський туризм : [метод. посіб.] / О. І. Станкевич-Волосянчук. – Ужгород, 2009.
7. Управління зеленим туризмом в регіоні: Українські Карпати та станиця Луганська / Войцех Одзімек, Маркіян Желяк. – Краків, 2009.
8. Школа І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону : [навч. посіб.] / І. М. Школа. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2007.
9. Сільський зелений туризм [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http: // www.greentour.com.ua](http://www.greentour.com.ua)