

*Рябова Т.А.,  
к.е.н, доцент  
кафедра маркетингу  
Чернігівський державний інститут економіки і управління  
(ЧДІЕіУ)*

## **МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ**

*У статті досліджено особливості формування стратегії еколого-економічного розвитку регіональної рекреаційно-туристичної системи з використанням інструментарію регіонального маркетингу.*

**Ключові слова:** *рекреаційно-туристична сфера, маркетингове середовище, маркетингові механізми, регіональний розвиток.*

**Актуальність теми дослідження.** Досвід економічно розвинених країн свідчить, що використання маркетингу впливає на активізацію соціально-економічного розвитку адміністративних територій. Залучення комплексу маркетингових технологій в рекреаційно-туристичній сфері дозволить сформувати ринок територій для відпочинку; позитивно вплине на процеси ціноутворення і підвищення якості пропонованих послуг.

**Постановка проблеми.** Для успішної адаптації маркетингових технологій необхідно визначити проблеми регіонального розвитку, вирішення яких може бути активізовано за допомогою цього інструментарію. Практичне використання маркетингу вбачається щодо: виявлення чинників, що впливають на розвиток рекреаційно-туристичної сфери; прогнозування сценаріїв розвитку територій; регулювання природокористування і обґрунтування методів маркетингового аналізу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У науковій літературі висвітлено окремі аспекти маркетингу рекреаційно-туристичної сфери. Проблеми формування потреб населення у відпочинку досліджено в працях [1-4]. Методичні підходи і процедура встановлення ціни на рекреаційно-туристичні послуги обґрунтовано Липчуком В.В. [5].

Черчик Л.М. запропонувала залучати до розвитку рекреаційно-туристичної сфери систему комплексного маркетингового аналізу рекреаційно-туристичних територій як складову регіонального маркетингу [6].

Проблемам вибору регіональних стратегій соціально-економічного розвитку присвячено праці Беседіна В.Ф., Герасимчук З.В., Данилишина Б.М., Долішнього М.І., Дорогунцова С.І., Стеченко Д.М. та інших дослідників. Але не розробленими залишаються організаційно-економічні механізми формування і реалізації регіональної стратегії соціально-економічного розвитку, засновані на маркетингових технологіях.

**Постановка завдання.** Для активізації розвитку рекреаційно-туристичної сфери необхідно виявити проблеми, які можуть бути вирішені за допомогою маркетингового аналізу. Дослідити особливості формування стратегії еколого-економічного розвитку регіональної рекреаційно-туристичної системи (РРТС) з використанням організаційно-економічних механізмів, заснованих на маркетингових технологіях.

**Виклад основного матеріалу.** Маркетинг рекреаційно-туристичних територій – це вид наукової діяльності, спрямований на формування попиту та задоволення потреб у природних ресурсах і територіях шляхом дослідження наявного природно-ресурсного потенціалу з урахуванням необхідності його збереження та відтворення, недопущення деградації та погіршення оздоровчих властивостей [6].

При дослідженнях рекреаційно-туристичної сфери використовують термін «регіональна рекреаційно-туристична система». Використання цього терміну дозволяє

чітко визначити склад об'єкта дослідження. Тому більш придатне використання маркетинг рекреаційно-туристичної системи.

Маркетинг РРТС треба розуміти як аналітичний інструментарій для формування стратегії регіонального розвитку. Її головна мета - формування механізмів ефективного використання рекреаційно-туристичного потенціалу з урахуванням необхідності його збереження, відтворення, недопущення деградації та погіршення оздоровчих і лікувальних властивостей території. Тобто пріоритетом розвитку РРТС виступає еколого-економічний напрям.

Механізм формування і реалізації стратегії еколого-економічного розвитку РРТС включає наступні етапи (рис. 1).



**Рис. 1. Етапи формування стратегії еколого-економічного розвитку регіональної рекреаційно-туристичної системи**

Відповідно до концепції державної регіональної політики кожна обласна одиниця формує власну стратегію еколого-економічного розвитку РРТС. В концептуальних засадах такої стратегії необхідно відобразити ідеї, які містять:

- обґрунтування необхідності зміни пріоритетів розвитку;
- визначити напрями змін;
- формується мета, яку треба досягти в результаті реалізації стратегії;
- визначаються цільові орієнтири, принципи та практичні завдання.

Формування цільових орієнтирів стратегії еколого-економічного розвитку РРТС спирається на взаємопов'язаному функціонуванні економічної, соціальної та економічної сфер.

Перша сфера об'єднує цілі, спрямовані на формування конкурентноздатної, соціально-орієнтованої і екологічно збалансованої регіональної економіки, це:

- формування диференційованої пропозиції на ринку рекреаційно-туристичних послуг;
- розробка механізмів ціноутворення з урахуванням необхідності відтворення природно-ресурсного потенціалу;
- розвиток підприємництва в рекреаційно-туристичному природокористуванні.

Друга сфера – соціальні цілі, спрямовані на досягнення добробуту населення регіону. До них відносяться:

- формування потреб споживачів рекреаційно-туристичних послуг;
- забезпечення зайнятості населення завдяки залучення до праці в рекреаційно-туристичній сфері.

Третя сфера – екологічні цілі, спрямовані на забезпечення охорони навколишнього середовища і відтворення природно-рекреаційного потенціалу.

До таких цілей слід віднести:

- формування механізмів фінансового забезпечення розвитку рекреаційно-туристичного природокористування;
- удосконалення системи управління природокористуванням.

Формування стратегії еколого-економічного розвитку передбачає врахування дії зовнішніх факторів впливу на РРТС з метою запобігання дестабілізуючим змінам.

На розвиток РРТС впливають такі зовнішні фактори:

- відповідність цільових пріоритетів розвитку світовим стандартам використання природно-рекреаційного потенціалу;
- місце регіону в національній рекреаційно-туристичній сфері;
- гео економічне становище регіону.

Останній фактор визначається:

- особливостями «сусідства» регіону з іншими країнами, які мають більш розвинену рекреаційно-туристичну сферу;
- розміщення регіону стосовно до основних транспортних магістралей;
- знаходження на території регіону унікальних рекреаційно-туристичних ресурсів;
- екологічний стан території;
- віддаленість природних рекреаційно-туристичних комплексів до місць формування потреб населення в оздоровленні.

Основою маркетингу регіональної рекреаційно-туристичної системи є діяльність, пов'язана із систематичним збором, обробкою, аналізом інформації, визначенням тенденцій розвитку. Такі дослідження стають основою прийняття рішень, формуванням стратегій і цільових програм.

Маркетингове середовище є об'єктом дослідження. Воно складається із чинників, що впливають на формування попиту, результати діяльності, реалізацію цілей та завдань підприємств і органів влади.

У традиційному маркетингу виокремлюють макро- і мікросередовище. Макросередовище складається з політико-правових, економічних, соціально-демографічних, культурних, екологічних, науково-технічних, інституційних чинників. Мікросередовище об'єднує споживачів, конкурентів та контактні аудиторії.

Маркетинг РРТС потребує виділення додаткової категорії – мезосередовища. В рамках якої включено території-конкуренти; структура і місткість ринку послуг; стан дослідження ресурсів, їх кількісні та якісні характеристики; рівень освоєння; показники внутрішнього та зовнішнього попиту на рекреаційно-туристичні послуги в регіоні; інфраструктурний потенціал.

Дослідження маркетингового середовища включає моніторинг та аналіз основних чинників макро-, мезо-, мікросередовища, виявлення проблем, діагностику, формування висновків і рекомендацій для практичної реалізації стратегії еколого-економічного розвитку оздоровчих територій.

Аналізі зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на розвиток РРТС дає можливість врахувати екологічні наслідки використання території для оздоровчих цілей, «сусідства» з іншими країнами, наявність значних обсягами ресурсів. Важлива роль відводиться SWOT-аналізу. Він передбачає виявлення можливостей і загроз, як результат дії зовнішнього впливу, та переваг і недоліків внутрішнього середовища.

Для територій, що розвиваються, існує загроза перетворитися в центр екологічної напруги. Характер природокористування склався в період, коли єдиними перевагами регіону були природні ресурси і дешева робоча сила. Освоєння та інтенсивне використання ресурсів забезпечувало основу економічного прогресу. Стратегія прискореного економічного розвитку на територіях з перехідною економікою посилює дестабілізуючі процеси в природі, оскільки трансформаційні процеси не супроводжуються розвитком нових соціально-економічних відносин. Тому дотримання стратегії еколого-економічного розвитку, з урахуванням відновлення ресурсів актуальне для територій з прискореним економічним розвитком.

Результатом проведеного SWOT-аналізу в Чернігівській області для перспективи розвитку рекреаційно-туристичного природокористування є сформований комплекс переваг і недоліків, та можливостей і загроз, що впливають на реалізацію наміченої стратегії.

**Переваги:**

- знаходження регіону біля кордонів Росії та Білорусії;
- проходження через територію регіону двох міжнародних транспортних коридорів;
- наявність двох Національних природних парків;
- наявність значних гідрологічних ресурсів, представлених р.р. Дніпро і Десна;
- привабливі кліматичні умови;
- наявність великої кількості культурно-історичних пам'яток.

**Недоліки:**

- не сформований рекреаційно-туристичний імідж регіону;
- нерозвинена інфраструктура і транспортне забезпечення;
- низька якість рекреаційно-туристичних послуг;
- відсутність чітко розробленої програми розвитку рекреаційно-туристичної сфери;
- забрудненість окремих територій внаслідок аварії на ЧАЕС.

**Можливості:**

- використання регіону як транзитної території;
- створення природних рекреаційно-туристичних комплексів на основі використання природно-заповідного фонду для цілей оздоровлення.
- регіональна співпраця в рамках євро регіону «Дніпро».

**Загрози:**

- конкуренція з боку сусідніх територій, що пропонують подібні (або) кращі продукти.

Вибір альтернатив еколого-економічного розвитку території регіону повинен враховувати наступні аспекти:

- диференціацію рівнів природно-рекреаційного потенціалу і ефективність його використання;
- необхідність залучення організаційно-економічних механізмів запобігання дестабілізуючим факторам.

Враховуючі це, кожна група адміністративних районів регіону має конкретні завдання для реалізації стратегії еколого-економічного розвитку рекреаційно-туристичної сфери території. Це залежить від рівня природно-рекреаційного потенціалу і ефективності його використання (табл. 1).

Таблиця 1

**Альтернативні варіанти еколого-економічного розвитку рекреаційно-туристичної сфери**

Рівень потенціалу / Ефективність використання	Високий	Середній	Низький
Високий	Створення природних рекреаційно-туристичних комплексів. Дослідження нових форм господарювання та власності. Стимулювання розвитку підприємництва.	Створення форм природно-заповідного фонду найбільш пристосованих до оздоровлення.	Дослідження територій потенційно привабливих для використання в оздоровчих цілях. Розвиток напрямів рекреаційно-туристичної сфери на основі кліматолікувальних або залучених ресурсів.
Середній	Формування іміджу території оздоровчого призначення. Створення природних рекреаційно-туристичних комплексів.	Формування механізму освоєння природних рекреаційно-туристичних ресурсів.	Дослідження та відновлення історико-культурної спадщини
	Дослідження цільових груп споживачів	Розширення можливостей використання залучених	Розвиток рекреаційно-туристичної сфери на основі

Низький	рекреаційно-туристичних послуг. Формування іміджу території оздоровчого призначення. Виявлення і аналіз територій-конкурентів.	ресурсів	антропогенних ресурсів. Пільгове кредитування нересурсоміських напрямів виробництва рекреаційно-туристичних послуг.
---------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Конкретна реалізація стратегії еколого-економічного розвитку РРТС бачиться за допомогою впровадження регіональної державної програми розвитку і раціонального використання рекреаційно-туристичного потенціалу.

Структуруючими елементами програми: чітко представлена ціль, визначений перелік заходів з наміченими строками, попередня оцінка можливих наслідків від її реалізації.

Основна ціль програми – удосконалення територіальної організації рекреаційно-туристичної сфери регіону на основі підвищення ефективності використання природно-рекреаційного потенціалу.

Доцільно включати регіональної програми в загальний контекст регіональних прогнозів, зокрема схеми розміщення продуктивних сил, яка має статус індикативного перед планового документу і узгодження з Законом України «Про Загальнодержавну програму формування національної екологічної мережі України на 2000-2015 роки».

Розробка регіональної програми еколого-економічного розвитку рекреаційно-туристичного природокористування надає територіальним органам влади необхідні орієнтири дій. Це дозволить визначити домінуючі тенденції, кількісні параметри еколого-економічного розвитку. В залежності від яких намітити і відкоректувати в прогнозованій динаміці загальнодержавного і регіонального ринків власні регулюючі можливості впливу на процеси і явища в природокористуванні.

Для реалізації і контролю програми еколого-економічного розвитку природно-рекреаційного потенціалу необхідно:

- визначити напрями, за якими буде контролюватися діяльність;
- формулювати критерії оцінки виконання програми згідно кожного напрямку;
- розробити систему моніторингу економічного, екологічного і соціального стану з метою внесення необхідних коректив.

Проблеми розвитку регіональної рекреаційно-туристичної системи, які можливо вирішити за допомогою маркетингових технологій можна звести до наступних:

- виявлення чинників формування потреб і попиту на ринку природних рекреаційно-туристичних ресурсів;
- дослідження по формуванню пропозиції на ринку ресурсів;
- проведення сегментації ринку природних рекреаційно-туристичних ресурсів;
- обґрунтування ціноутворення на ринку ресурсів;
- формування стратегій розвитку рекреаційно-туристичного природокористування.

**Висновки.** Маркетинг РРТС є важливою умовою реалізації соціальних та екологічних пріоритетів за умов формування ринку рекреаційно-туристичних ресурсів. На основі викладеного підходу до формування регіональної стратегії розвитку можлива постановка організаційних, економічних і соціальних цілей для кожного адміністративного району, диференційовано від рівня природно-рекреаційного потенціалу і ефективності його використання.

#### Список використаних джерел:

1. Нудельман М.С. Социально-экономические проблемы рекреационного природопользования. – К.: Наукова думка, 1986. – 132 с.

2. Конищева Н.И., Рудь Д.В., Шинкаренко М.Н. Анализ рынка туристических услуг на основе маркетингово-социологических исследований // Вісник ДІТБ, 2005, № 9. – С. 149 – 162.
3. Мамутов В.К., Амоша А.И., Дементьева Т.Н. и др. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты. – К.: Наукова думка, 1992. – 137 с.
4. Орлов А. Социология рекреации. – М.: Наука, 1995 – 148 с.
5. Липчук В. В. Встановлення ціни на новий туристичний продукт // Вісник ДІТБ, 2005, № 9. – С. 30 – 33.
6. Черчик Л.М. Маркетинг рекреаційних територій: теорія, методологія, практика. Монографія. – Луцьк: ЛДТУ, 2006. – 136 с.
7. Герасимчук З.В. Регіональна стратегія сталого розвитку: методологія формування, механізми реалізації. – Луцьк: «Надстир'я», 2001. – 526 с.

### **РЯБОВА Т.А. МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

*В статье исследованы особенности формирования стратегии эколого-экономического развития региональной рекреационно-туристической системы с использованием инструментария регионального маркетинга.*

**Ключевые слова:** рекреационно-туристическая сфера, маркетинговая среда, маркетинговые механизмы, региональное развитие.

### **RYABOVA T.A. MARKET PROVISION OF RECREATION AND TOURISM SYSTEM**

*This article explores the features of environmental strategy and economic development of regional recreation and tourism systems using tools of regional marketing.*

**Keywords:** recreation and tourism sector, marketing environment, marketing mechanisms, regional development.