

ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Визначена необхідність у створенні іміджу національного туристичного продукту, що відповідає сучасним очікуванням споживачів. Охарактеризовано основні аспекти еко-орієнтованих видів туризму. Проведено аналіз основних різновидів зеленого туризму.

There are determined the necessity of the creation of the national tourist product, which correspond to the actual consumer's expectations. There're characterized the main aspects of eco-oriented types of tourism. There're analyzed the main diversities of green tourism.

Актуальність дослідження. Практично всі дослідники туристичної галузі наголошують на зростанні її ролі у розбудові національної економіки та, відповідно, на необхідності більш глибокого дослідження тенденцій, встановлення закономірностей її розвитку, а також використання результатів наукових пошуків для удосконалення національного туристичного продукту. Багатьма вченими розглядається процес переходу моделі масового туризму до індивідуалізованого туристичного продукту, що зумовлено змінами у структурі туристичного ринку, внаслідок яких виникли нові види туризму. Серед актуальних пріоритетних напрямків є розвиток внутрішнього туризму і популяризація відпочинку в Україні, що потребує створення такого іміджу національного туристичного продукту, який би відповідав сучасним очікуванням споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що існує необхідність у пропозиції таких продуктів, які б мінімізували негативний вплив людини на природу та створювали умови для розширення кругозору та знань споживачів туристичного продукту про навколишнє середовище [1–5].

Метою цієї статті було визначити можливості розвитку зеленого туризму в Україні та створення стійкого і оригінального іміджу як «зеленої туристичної країни» з урахуванням її природного потенціалу.

Виклад основного матеріалу. Серед усіх нових видів туризму, які розвиваються у всьому світі, в нашій країні особливу популярність набувають такі: екологічний, природний, пригодницький (або активний), сільський, агротуризм та зелений. Важливою проблематикою сьогодення залишається нечітко сформований та непідкріплений імідж цих видів туризму, що безпосередньо пов'язано з їх недостатнім позиціонуванням як на туристичному ринку України, так і у сприйнятті споживачів туристичних послуг. Проте необхідно зазначити, що формування іміджу нових видів як сукупної характеристики відбувається не лише під час пошуку про них інформації та виборі місця відпочинку, але й формування

враження від самого відпочинку та закріпленням у пам'яті його унікальних особливостей. У результаті виробники цих послуг прагнуть до підвищення як ступеня обізнаності, так і прихильного ставлення до нових видів туризму, що створює уявлення про національний відпочинок загалом.

Нами запропоновано для визначення альтернативних видів туризму термін «*екологічно-орієнтований туризм*», під яким слід розуміти сукупність усіх видів туризму, що здійснюються на принципах збереження / відновлення природного середовища та етно-культурної ідентичності населення (рис.1).

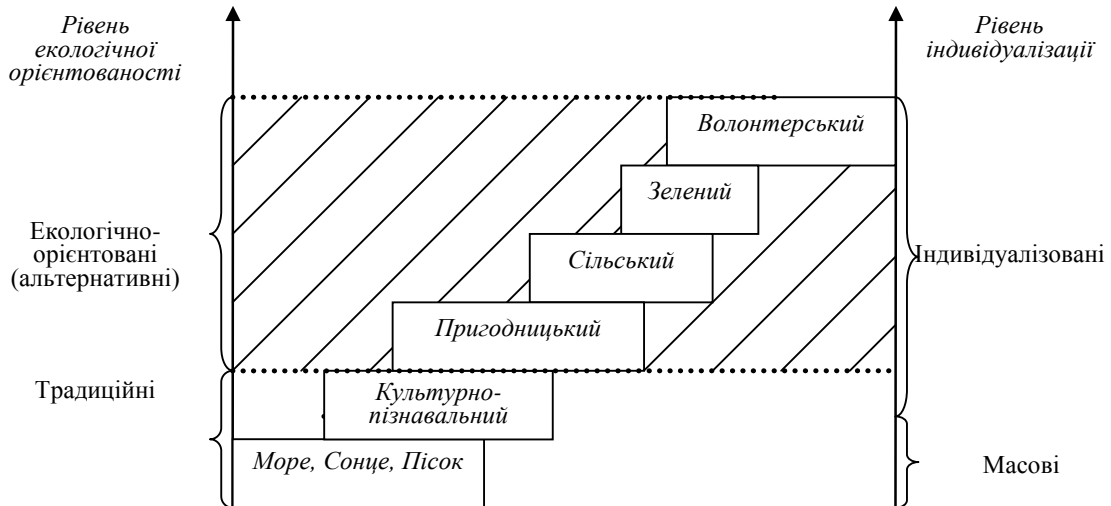


Рис.1. Класифікація видів туризму за рівнем втручання у природне середовище
Джерело: власні дослідження [1-4]

Найважливішими завданнями його є: мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище, екологічне просвітництво виробників і споживачів турпродуктів, формування умов для сталого розвитку туризму. На підставі проведеного аналізу нами виявлено, що екологічно-орієнтовані види туризму розрізняються за ознаками: рівень втручання людини у природне середовище, рівень активності та програма дозвілля. При цьому вони мають такі спільні ознаки:

- 1) формування обізнаності споживачів про багатство місцевих ресурсів;
- 2) шанобливе та відповідальне ставлення до природного середовища;
- 3) мінімізація негативного впливу на середовище, а також його підтримка;
- 4) врахування потреб та інтересів туристів і місцевого населення та покращення їх добробуту;
- 5) створення відповідних умов для комфортного та цікавого відпочинку;
- 6) забезпечення економічних і соціальних результатів діяльності підприємства.

З-поміж вищезазначених альтернативних видів туризму, ми більш глибоко досліджували зелений туризм як пріоритетну складову

національного турпродукту. Визначенню зеленого туризму за кордоном присвячено багато робіт та проведена велика кількість відповідних конференцій. У нашій країні до кінця ХХ ст. цьому питанню не приділяли достатньої уваги. Проте протягом 2007–2010 рр. відбулося значне зростання попиту з боку як вітчизняних, так і закордонних споживачів, постійно збільшується кількість нових місць відпочинку в підприємствах, що надають послуги у цій сфері. Розвиваються ідеї «зеленого консьюмеризму», стає все більш потужним громадський «зелений» рух [5, с.209].

Пропонуємо визначати «зелений туризм» як такий вид туризму, що надають підприємства на підставі особливої концепції діяльності, яка, з одного боку, відрізняє їх від конкурентів, а з іншого, – передбачає відпочинок на певній відстані від населених пунктів в екологічно-чистому природному середовищі. Ця концепція може проявлятися в таких особливостях: облаштування номерного фонду закладу, приготування страв та їх подачі, пропозиції послуг, близьких до природи – кінні прогулянки, спортивні спорядження або майстер-класи з народних ремесел та ін. Готелі, що надають послуги зеленого туризму, можуть відрізнятися як за рівнем цін, так і за спектром послуг, які вони пропонують туристам під час відпочинку.

За метою та рівнем активності туристів зелений туризм має три різновиди:

1) *активно-спортивний* – до нього відносяться кінні, піші, велосипедні маршрути, рафтинг, катання на гірських та бігових лижах, сноубордах, техніка подолання природних перешкод – скелелазіння, топографія та орієнтування у лісовій, гірській місцевостях, техніка в'язання вузлів;

2) *активно-навчальний* – арт-тури (навчання народним ремеслам: живопис, гончарна справа, ковальство, різьблення по дереву, лозоплетіння та ін.), етно-тури (приготування місцевих страв та напоїв) та ін.;

3) *пасивний (лікувальний)* – збирання ягід, трав, грибів, недовготривалі прогулянки, тематичні вечори, народні spa-процедури (глино- та апітерапія, фітотерапія та ін.).

Споживачами послуг підприємств зеленого туризму є передусім жителі великих міст, для яких особливого значення набуває поєднання відпочинку у природному середовищі з різними лікувально-відновлювальними процедурами. Крім того, самі споживачі цих послуг пропагують ідеї здорового способу життя, здорового харчування та цінності здорового відпочинку.

Для формування і зміцнення позитивного іміджу підприємства, що надає послуги зеленого туризму, необхідно впроваджувати нові туристичні продукти з урахуванням особливостей місцевості, де розташовані ці підприємства. Як один із різновидів таких турпродуктів можуть бути народні SPA-процедури.

SPA-послуги слугують певною релаксацією після активного відпочинку та можуть розглядатися у трьох аспектах: 1) як комплексне обслуговування (для покращення рівня обслуговування в готелі та урізноманітнення пропонованих послуг); 2) як лікувально-відновлювальні процедури (лікування хвороб судин та хронічних захворювань різних органів, косметичні процедури, відновлення частин тіла після пошкоджень та нанесених ран); 2) як психологічно-естетична насолода (адже у наш напружений час часто тільки на відпочинку людина може присвятити час саме собі та зайнятися саморозвитком).

Зокрема, доцільно впроваджувати такі SPA-послуги для оздоровлення гостей: глинолікування, купання в холодних ваннах, трав'яні підстилки або килими, мінеральні води. SPA-процедури підвищують рівень якості послуг, що надаються готелями в сфері зеленого туризму, і як інноваційний напрям створюють позитивний імідж підприємству, є додатковим аргументом для залучення клієнтів на відпочинок під час міжсезоння.

Висновки. Таким чином, нами було виділено «зелений туризм»: по-перше, як важливу складову екологічно-орієнтованого туризму, що виникла і розвивається під впливом екологічного імперативу, яка відображає тенденцію зростання інтересу до природи та дбайливого ставлення до навколишнього середовища. По-друге, як окремий вид туризму, що відрізняється від інших унікальною концепцією діяльності та особливостями надання основного та додаткового продуктів. По-третє, як динамічний напрям екологічно-орієнтованого туризму, що під впливом зростання попиту все більше диференціюється, пропонуючи активно-спортивний, активно-навчальний та пасивний (лікувальний) різновиди. Подальший розвиток даної теми потребує більш глибокого аналізу потенційних споживачів послуг зеленого туризму. Для найкращого задоволення їх потреб, необхідно проаналізувати атрибути цієї важливої складової національного туристичного продукту.

1. Research report. Scottish enterprise. Perspectives on international best practice green tourism. – Edinburgh, 2004; 2. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу. Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2004. – 192 с.; 3. Мозговая О. Инструменты управления развитием экологического туризма в регионах мира // Белорусский журнал международного права и международных отношений. – 2004, № 2; 4. Кліцунова В.А. Зеленые маршруты. В рамках проекта программы развития ООН «Устойчивое развитие на местном уровне». – Минск, 2009.; 5. Ткаченко Т.І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. Монографія. – К.: Київський нац. торговельно-економічний університет, 2006. – 537 с.