

УДК 379.85

Габа М.І.,

викладач,

ДНЗ «ЛВПУ торгівлі та сфери послуг», м. Львів

**ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ТА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО
ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ КАРПАТ**

У статті розглянуто фактори, які впливають на ефективний розвиток та діяльність у сфері сільського зеленого туризму. Визначено роль та значення факторів в організації ефективної туристичної діяльності. Обґрунтовано вплив цих факторів на ефективність і якість управління сільським зеленим туризмом на прикладі Карпатського регіону.

Ключові слова: фактор, туризм, сільський зелений туризм, реклама, послуги, обслуговуючий персонал, імідж території, Карпатський регіон.

**ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА РАЗВИТИЕ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ
СЕЛЬСКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМА КАРПАТ**

Габа М. И.

В статье рассмотрены факторы, влияющие на эффективное развитие и деятельность в сфере сельского зеленого туризма. Определена роль и значение факторов в организации эффективной туристической деятельности. Обосновано влияние этих факторов на эффективность и качество управления сельским зеленым туризмом на примере Карпатского региона.

Ключевые слова: фактор, туризм, сельский зеленый туризм, реклама, услуги, обслуживающий персонал, имидж территории, Карпатский регион.

**FACTORS INFLUENCING THE DEVELOPMENT AND ACTIVITIES OF RURAL
GREEN TOURISM OF CARPATHIANS**

Haba M.

In this article the factors that influence the effective development and activities in the field of rural green tourism are considered. The role and importance of efficient factors of tourism. Grounded impact of these factors on the efficiency and quality control of green tourism as an example of the Carpathian region. The role and importance of factors of the tourist activity efficient are determined. The impact of these factors on the efficiency and quality control of rural green tourism as an example of the Carpathian region is substantiated.

Keywords: factor, tourism, rural green tourism, advertising, services, staff, image area, the Carpathian region.

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: М. Желяк [6], Ю.В. Зінько [4], Т. Ю. Лужанська, С. С. Махлинець [1], С. О. Гуткевич [2], О. І. Станкевич – Волосянчук [5], М.Й. Рутинський, В. Одзімек [6], Л. І. Тебляшкіна [1], І.М.Школа [7] 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 напряму 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. Аналіз діяльності підприємств сільського зеленого туризму Карпатського регіону показав, що на їх діяльність та розвиток впливають фактори: зовнішні, внутрішні і специфічні. До факторів, які здійснюють вплив на розвиток та діяльність підприємств сільського зеленого туризму відносяться такі зовнішні фактори: політичні, правові, економічні, технологічні, природні, політико-правові та соціально-культурні.

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.

Факторами технологічного середовища, яке також впливає на діяльність підприємств сільського зеленого туризму Карпатського регіону є прискорений розвиток науково-технічних досягнень, оновлені комп'ютерні технології, можливості продажу турпослуг в системі он-лайн. Все це визначає майбутні сприятливі можливості для суб'єктів господарювання у цій сфері.

Природне середовище території Карпатського регіону відноситься до позитивного зовнішнього фактору впливу на діяльність підприємств у сфері сільського зеленого туризму, а це становить загалом близько 7000 тисяч пам'яток архітектури та містобудування. Природне середовище Карпатського регіону становить надзвичайно цінний ресурс, який використовують власники садиб у своїй діяльності. Цей ресурс дозволяє пропонувати на туристичний ринок сільського зеленого туризму найрізноманітніший асортимент: туризм гірський, лижний, мисливський, велосипедний, водний, екологічний, етнокультурний 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. Аналіз нормативно – правової бази в області сільського зеленого туризму це: Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року; Закон України «Про особисте селянське господарство» від 15.05.2003 року; Проект закону України «Про сільський та сільський зелений туризм»; Постанова Верховної Ради №2179 від 16.11.2004р.); Постанова Кабінету Міністрів України №297 від 15.03.2006р. «Про затвердження порядку надання послуг з тимчасового

розміщення» та ін. нормативні акти.

На макрорівні до факторів соціально-культурного впливу на діяльність підприємств сільського зеленого туризму відносяться такі: 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 у сфері сільського зеленого туризму Карпатського регіону пропонується багато видів сезонного відпочинку (табл. 1).

Для поліпшення діяльності об'єктів сільського зеленого туризму (садиб) у Карпатському регіоні та усіх 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 Карпатському регіоні є достатньо спорідненими, а саме: організація перевезення туристів; організація їх харчування; організація екскурсій; послуги побутового обслуговування тощо. Сфера сільського зеленого туризму Карпатського регіону характеризується послугами, пов'язаними з національними, етнічними особливостями території.

Цінова політика характеризується перш за все якістю наданих послуг і попитом на них, сплати різноманітних податків та зборів, які включають частково до собівартості, що відображається на ціні туристичних послуг чи туристичного продукту. Аналіз показав, що для ефективної діяльності, суми які необхідно сплачувати власникам садиб, як об'єктів сільського зеленого туризму повинні відповідати кількості одержаних доходів від реалізації послуг.

Особливостями конкурентоспроможності туристичних послуг, туристичних продуктів, як важливої умови стабільного розвитку об'єктів сільського зеленого туризму є їх якість. Це,

виходячи з того, що ціль власників садиб – це реалізація запропонованих ними послуг з отриманням максимального прибутку з мінімальними витратами. Необхідно забезпечити туристичні послуги високої якості та адекватної їй ціни, тобто ті туристичні послуги, які потрібні споживачам.

**Таблиця 1. Види сезонного відпочинку у сфері сільського зеленого туризму
Карпатського регіону**

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

Джерело: узагальнено автором за [4]

Якомога більш індивідуалізованою повинна бути рекламна політика у сфері популяризації турпослуг у Карпатському регіоні 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 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 діяльності в результаті поєднання окремих частин, елементів, факторів у єдину систему, - то такий напрям їх ринкового партнерства спостерігається сьогодні 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.

Як показав проведений аналіз, підхід до розуміння ролі участі споживача в сфері послуг сільського зеленого туризму та взаємної інтеграції бажань, очікувань дає можливість отримувати високоякісні послуги за доступні ціни, а також отримувати власником садиби максимальний прибуток, але це потребує участі споживачів у процесі розробки та надання туристичних послуг. Схематично особливості процесу розробки та надання туристичних послуг та туристичних продуктів споживачам у сфері сільського зеленого туризму подано на рис.1. Створення допоміжних робочих місць пов'язано з залученням сільського населення до обслуговування туристів, що сприяє внутрішній міграції населення задля отримання робочих місць.

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.

Дослідження факторів впливу на діяльність та розвиток підприємств сільського зеленого туризму Карпатського регіону варто розглядати комплексно, враховуючи фактори рекреаційного іміджу певної території.

Особливостями управління факторами іміджу територій Карпатського регіону є таке: управління інформацією на середньотермінову та поточну перспективу щодо організації плану надання певних турпослуг, турпродуктів; управління використання туристичних ресурсів регіону та досягнення взаємного балансу власників садиб і споживачів без шкоди довкіллю; управління організацією дозвілля для туристів та забезпечення високого рівня інтелектуальної змістовності турпослуг, турпродуктів сільського зеленого туризму, які пропонуються на ринок; управління упорядкуванням території та її побуту.

До іншого вагомого фактору впливу на діяльність та розвиток підприємств сільського зеленого туризму Карпатського регіону належать проблеми започаткування приватного підприємництва власниками садиб, з якими вони зіштовхуються при розробці асортименту туристичних послуг та його особливостях; бізнес – планів, планів поступлень коштів та їх видатків; у організації реклами самостійно; при дослідженні сильних та слабких сторін ведення даного бізнесу тощо.

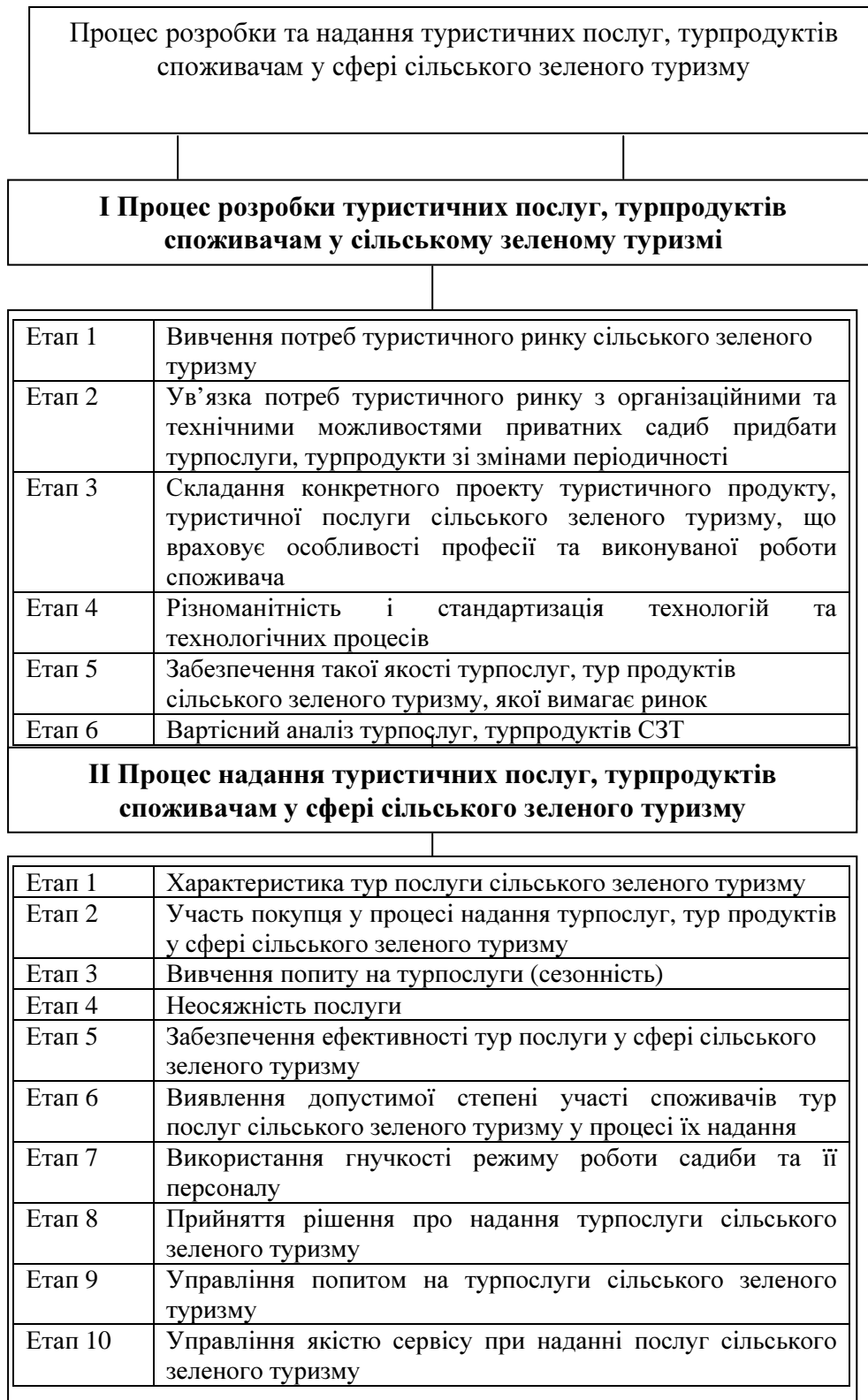


Рис.1. Схема процесу розробки та надання туристичних послуг споживачам у сфері сільського зеленого туризму

Джерело: побудовано автором

Слід зазначити, що обслуговуючий персонал у приватних садибах є вагомим фактором впливу на їх ефективність діяльності, імідж та перспективу розвитку. Плануючи потреби в персоналі власники садиб враховують сезонні коливання, рівень їхньої освіти, рівень внутрішньої культури, вміння спілкуватися з гостями та інші фактори. А тому, власник садиби повинен забезпечити усі необхідні умови для високоефективної та мотивованої праці найманого персоналу, вимагаючи від нього запланованих результатів. Досліджено, що найшвидше цього можна досягти, коли персонал відчуває, що він є співучасником отриманих у кінцевому результаті фінансових показників та буде ви нагороджений як матеріально так і морально.

Ще одним фактором, який здійснює особливо вагомий вплив 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 на ринок більш індивідуалізованих туристичних послуг, турпродуктів. Ця розробка повинна включати більш різноманітні форми проведення канікул і відпусток; враховувати потреби туристів купувати короткотимчасові турпослуги, турпродукти в сфері сільського зеленого туризму (не один раз на рік, а кілька разів), що пов'язано з особливостями їх професії та виконуваної ними роботи.

Висновок. Таким чином, для ефективної діяльності та розвитку підприємств 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. Лужанська Т. Ю. *Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи* : [навч. посіб.] / Т. Ю. Лужанська, С. С. Махлинець, Л. І. Тебляшкіна. – К.: Кондор, 2008. – 386 с.

2. Гуткевич С. О. *Сільський зелений туризм: управління та розвиток. «Карпатський регіон»* : [монографія] / С. О. Гуткевич, М. І. Габа. – Львів, 2013. – 205 с.

3. Рутинський М. Й. *Туристичний комплекс Карпатського регіону України* : [навч. посіб.] / М. Й. Рутинський, О. В. Стецюк. – Чернівці: Книги – XXI, 2008. – 440 с.

4. Рутинський М. Й. *Сільський туризм* : [навч. посіб.] / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінько. К.: Знання, 2006. – 272 с.

5. Станкевич-Волосянчук О. І. *Сільський туризм* : [метод. посіб.] / О. І. Станкевич-Волосянчук. – Ужгород, 2009. – 46 с.

6. Управління зеленим туризмом в регіоні: Українські Карпати та станція Луганська / Войцех Одзімек, Маркіян Желяк. – Краків, 2009. – 228 с.

7. Школа І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону : [навч. посіб.] / І. М. Школа. – Чернівці: Книги – XXI, 2007. – 292 с.

8. Сільський зелений туризм : [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http:// www.greentour.com.ua](http://www.greentour.com.ua)