

УДК 338.48 (477)

**РЕГІОНАЛЬНИЙ ДОСВІД МАРКЕТИНГУ  
СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ**

Сергій Нездоймінов, к. е. н.

*Одеський національний економічний університет*

Визначення сільського туризму пріоритетним шляхом розвитку сільських територій і населених пунктів, дозволяє значно прискорити процес становлення організаційно-правової та фінансово-економічної основ цього виду підприємницької діяльності у сфері туризму та рекреації. Фахівці вважають, що інтеграція України в міжнародне співтовариство, реалізація стратегій регіонального розвитку, впровадження ринкових методів управління як економікою в цілому, так і окремими підприємствами сфери рекреації та туризму повинне ґрунтуватись на сучасному досвіді маркетингу територій та туристичного ринку.

Як стверджує Н. Є. Кудла проблематика маркетингу сільського туризму є практично неопрацьованою ані з теоретичного, ані з практичного боку [1, с. 56]. Підсобне агротуристичне господарство, з огляду на економічний масштаб діяльності, не спроможне самотужки здійснювати маркетингові заходи з просування свого продукту на ринок. Ця проблема є однією з найважливіших цілей об'єднання зусиль власників «зелених садиб» шляхом утворення громадських організацій або агрорекреаційних кластерних систем. Звернемо увагу, що канали маркетингових комунікацій щодо просування послуг сільського зеленого туризму суттєво відрізняються у власників сільських засобів розміщення туристів та у туристичних підприємств. Власники агросадіб зазвичай надають перевагу прямим продажам своїх послуг й уникають посередництва як туроператорів, так і громадських організацій. В той же час, науковці підкреслюють, що «серед синтетичних маркетингових

комунікацій слід відмітити ярмарки та виставки, які дозволяють популяризувати концепцію відпочинку зеленого туризму шляхом участі в масових заходах та поширенні інформації про свої послуги» [2, с.103].

Дослідження регіонального досвіду свідчать, що наприклад з метою популяризації винного і сільського зеленого туризму та залучення жителів сільських населених пунктів Одеського регіону до надання послуг у сфері туризму, в рамках фестивалю «Живе вино України-2013», який відбувся у травні 2013 року на території ННЦ «Інститут виноградарства і виноробства ім. В. Є. Таїрова» (Овідіопольський район, смт Таїрове) було організовано функціонування спеціалізованої секції з презентації туристичних можливостей області у сфері винного, сільського зеленого та етнографічного туризму. Участь у фестивалі взяли власники сільських садиб області, які надають послуги у сфері сільського зеленого туризму, суб'єкти туристичної діяльності та місцеві виноробаматори, які виявили бажання налагодити співпрацю з туроператорами області з метою створення у подальшому спеціалізованих туристично-екскурсійних маршрутів з відпочинком на базі сільських садиб та організації дегустацій вина власного виробництва. Для забезпечення подальшого розвитку сільського зеленого туризму і сприяння самозайнятості сільського населення, в рамках Програми розвитку туристично-рекреаційної галузі Одеської області на 2011–2015 роки, в липні 2013 року було оголошено конкурс на кращий бізнес-план (проект) у сфері сільського зеленого туризму. Журі конкурсу визначило кращими наступні проекти: «Облаштування садиви для прийому туристів і проведення майстер-класів по домашньому виноробству» (с. Миколаївка, Білгород-Дністровський район); «Облаштування сільської садиви для проведення етно-фольклорних заходів» (с. Червона

Коса, Білгород-Дністровський район); «Створення садиби «Джерело здоров'я» (с. Северинівка, Іванівський район). 24-26 квітня 2015 року у м. Одеса відбулася XII Міжнародна Асамблея туристичного бізнесу та Одеський туристичний фестиваль, в рамках яких було організовано низку заходів: конференція "Туризм як фактор мирного співіснування", семінар "Туризм: рухаємося до Європи. Правила руху", тренінг "Екологічний і винний туризм – розробка та маркетинг туристичних продуктів", презентація туристичного потенціалу Одеської області та інших регіонів України, зокрема: Тернопільської, Волинської, Львівської, Сумської, Івано-Франківської, Дніпропетровської, Харківської областей тощо.

Для подальшого просування «зеленого» туризму в Одеській області у 2015 р. з'явився власний веб-портал - [greenodessa.com](http://greenodessa.com), присвячений екологічному відпочинку. Даний сайт надає можливість користувачам ознайомитись із всіма послугами у сфері «зеленого» туризму регіону, а також отримати корисну інформацію безпосередньо для провайдерів туристичних послуг. Така ініціатива виконана в рамках проекту «Туризм як каталізатор економічного розвитку сільських територій», який фінансується Європейським Союзом та реалізується Одеським обласним агентством реконструкції та розвитку. Структура сайту розроблена для максимально зручного пошуку туристичних об'єктів, новин та іншої корисної інформації. Так, користувач може здійснювати навігацію завдяки мапі районів Одеської області, кожен за яких містить інформацію про свої туристичні можливості, або за видами туризму. Також до послуг користувачів надається календар подій та актуальні новини. На сайті маєтья можливість реєстрації користувача, що надає можливість йому додати туристичні об'єкти, власні садиби та послуги з розміщення або «зелені» тури. Слід зауважити, що концепція

наповнення порталу побудована навколо самостійного заповнення інформації туристичними провайдерами Одещини. На даний час, в Одеському регіоні реалізується проект «Туризм як каталізатор економічного розвитку сільських територій», який розпочався у липні 2014 року, спрямований на розвиток туристичної інфраструктури у сільських районах області. Так, за планом проекту, буде створено два туристичних кемпінга у Біляївському та Роздільнянському районах. Загальний термін реалізації проекту складає 24 місяця, за який буде витрачено біля 380 тис. євро. Вперше два райони Одеської області – Біляївський та Роздільнянський – були презентовані об'єднаним стендом на Міжнародній туристичній виставці UITT «Україна – подорожі та туризм 2016». Завдяки спільним зусиллям партнерів Проекту «Туризм як каталізатор економічного розвитку сільських територій», а також активної участі Біляївської міської ради та Роздільнянського туристично-інформаційного центру відвідувачі виставки отримали можливість відкрити для себе природний потенціал регіону та дізналися про різноманітні варіанти відпочинку на території Біляївського та Роздільнянського районів.

У маркетингових дослідженнях сільського зеленого туризму використовуються кількісні показники, які піддаються безпосередньому виміру: кількість садиб, кількість розміщених туристів, обсяг туристичного потоку, що відображує фактичне перебування туристів на даній території, доходи підприємців. Розглядаючи структуру туристичного потоку сільського зеленого туризму за регіонами України можна зробити висновок про потенціал розвитку територій щодо даного напрямку туризму [3, с.68]. Так у 2013 році, загальна кількість обслужованих туристів за видом сільського зеленого туризму в Україні досягла – 49 948 осіб, що складає 7,1 % від загального туристичного

потоків во внутрішньому туризмі (702615 осіб), з них в Одеському регіоні 1 566 осіб або 3,1% від загального обсягу за цим видом туризму. Доходи підприємців від наданих послуг в сфері сільського туризму регіону, склали 420,8 тис. грн. або 2,5 % від загального обсягу. Розподіл об'єктів розміщення (садиби) за регіонами України вказує, що лідерами з прийому туристів є Івано-Франківська (184 садиби), Львівська (36 садиб), Чернівецька (16 садиб) області [4, с.50].

В той же час, як показали дослідження аграрного сектору економіки Одеського регіону, спостерігається тенденція щодо погіршення соціально-економічного розвитку в локальних районах, на що вказують фактори природного приросту населення, щільності сільського населення, частка зайнятих у сільському господарстві, рівня середньої заробітної платні, відтоку населення з сільської місцевості [3]. Для зменшення впливу цих чинників та підвищення стійкості місцевих громад, на наш погляд, необхідно почати формувати на засадах маркетингу територій, регіональну інтегровану мережу «зелених» родових садиб, розташованих на рекреаційних територіях, спрямовано орієнтовану на обслуговування туристів, що мандрують маршрутами сільського туризму.

#### **Список використаних джерел**

1. Кудла Н. Є. Сільський туризм. Основи підприємництва та гостинності. Навчальний посібник / Н. Є. Кудла. – К.: ЦУЛ, 2015. – 152 с.
2. Шульгіна Л. М. Маркетингова діяльність підприємства на ринку послуг зеленого туризму: монографія / Л. М. Шульгіна, А. І. Зінченко, Н. А. Крахмальова. – К.: КНУДТ, 2014. – 232 с.
3. Герасименко В. Г. Аграрний туризм як вид підприємництва: монографія /В. Г. Герасименко, С. Г. Нездоймінов. – Одеса: Пальміра, 2011. – 178 с.
4. Туристична діяльність в Україні у 2013 році: статистичний збірник.– К.: Державна служба статистики України, 2014.– 272 с.