

РОЗВИТОК ЕКОТУРИЗМУ ЯК ЗАСІБ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті розглянуто суспільно-економічну сутність екологічного туризму, його роль у економічному зростанні регіону. Проаналізовано передумови розвитку екотуризму в Хмельницькій області. Запропоновано рекомендації для здійснення екотуристичної діяльності.

Social-economic essence of ecological tourism and its role in the economy growing of region were considered in the article. Pre-conditions of development of ecotourism in the Khmel'nyts'kyi area were analysed. Recommendations for realization of ecotourism activity were suggested in the article.

Ключові слова: екотуризм, екотуристична діяльність.

Постановка проблеми. Екологічний туризм сьогодні відіграє значну роль у світовій індустрії туризму. За прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації у XXI столітті темпи його розвитку будуть зростати, а прибутки від екотуризму зроблять значний внесок в економіку багатьох країн світу, особливо тих, що розвиваються. Це дасть можливість стимулювати соціально-економічне зростання відсталих регіонів.

Не зважаючи на важливе соціальне, економічне та екологічне значення екотуризму проблеми його розвитку, в цілому, і в окремих регіонах, зокрема, сьогодні мало дослідженні. Існують розбіжності у термінології і практиці організації екотуристичної діяльності. Особливо це характерно для України, де природні і культурно-історичні туристичні ресурси використовують нерационально. Крім того, потребують вирішення багато питань, пов'язаних з удосконаленням використання рекреаційних ресурсів на рівні адміністративних районів та областей.

Виклад основного матеріалу. Екологічний туризм (англ. ecotour, ecotourism) – порівняно нове поняття у туристичній діяльності. Початком формування концепції екотуризму вважають 80-ті роки XX століття, коли вперше з'явилися дослідження на цю тему. Основною причиною виникнення екологічного туризму є невідрегульованість відносин у системі «суспільство-природа», або в туристичній інтерпретації – «туризм-екологія».

Термін «екотуризм» був запропонований та введений в обіг маркетингологами. Однією з причин введення терміну В.В. Храбовченко (2003 р.) вважає першопочаткове його використання маркетингологами туристичних організацій для впливу на туристів, орієнтованих на природу, її захист та активний відпочинок. Насправді таких туроператорів, у більшості випадків, мало турбувала охорона навколишнього середовища. У такий спосіб екотуризм реалізується як реальний економічний чинник, що спонукає туроператорів до його розвитку. В.В. Храбовченко тлумачить екотуризм як вид туризму, що пов'язаний із туристськими потребами у пізнанні природи і внесенні внеску в збереження екосистем при повазі інтересів місцевого населення [1].

Соціально-економічний зміст екологічного туризму розкриває і В.А. Ємельянов (2001 р.), який характеризує екологічний туризм як будь-який вид прибуткової туристичної діяльності, що сприяє формуванню екологічного світосприйняття, приносить користь навколишньому природному середовищу, культурній, культурно-історичній і генетичній спадщині, з метою сталого розвитку туристичних регіонів, підвищення культурного рівні і достатку їх населення; в тому числі шляхом відрахування певної частини отриманого прибутку на фінансування проектів, які спрямовані на досягнення вказаних задач.

Екологічний туризм є ефективним засобом економічного і соціального відродження. Індустрія екотуризму виконує важливі функції у розвитку господарського комплексу й економіки країни, регіону, області, оскільки: збільшує місцеві доходи; створює нові робочі місця; сприяє розвитку галузей, що орієнтовані на виробництво екотуристських послуг; розвиває соціальну і виробничу інфраструктуру в туристських центрах; збільшує надходження в бюджет.

Сьогодні екотуризм є одним з небагатьох видів бізнесу, що найбільш динамічно розвиваються. Інтерес підприємців до екотуризму можна пояснити рядом таких факторів: для того, щоб почати займатися екотуристським бізнесом, не потрібно великих фінансових вкладень; на ринку екотуристських послуг, незважаючи на конкуренцію, можуть успішно взаємодіяти як великі, так середні і малі компанії і фірми; екотуристський бізнес дозволяє швидко обертати капітал [2].

В Україні сьогодні розвиток екологічного туризму відбувається не внаслідок продуманої політики регіонального і місцевого планування, а екстенсивно, як стихійний інноваційний продукт ринку.

Для того, щоб систематизувати проблеми та переваги розвитку екологічного туризму у Хмельницькій області, здійснено аналіз основних чинників розвитку екологічного туризму, туроператорів екологічного туризму, екотуристичних ресурсів області. Проведений аналіз дав змогу об'єктивно оцінити можливість розвитку цього виду туризму в області, розробити рекомендації щодо розвитку екологічного туризму.

Здійснений аналіз дає підстави для таких узагальнень. Сильними сторонами Хмельницької області як території, сприятливої для розвитку екологічного туризму такі: відносно чисте та безпечне довкілля; наявність великої кількості річок, озер, лісів; мальовничі ландшафти та унікальні геологічні утворення; багаті флора і фауна; багато історико-культурних пам'яток; значна площа заповідних територій та об'єктів; невелика ціна на проживання та харчування; гостинність населення [3].

Слабкими сторонами Хмельницької області, що можуть заважати розвитку екологічного туризму, є такі: відсутність достатньої туристичної інформації про регіон; слабка інформування про туристичні маршрути; недостатньо розвинута туристична інфраструктура; відсутність таборів для екологічного туризму.

Перешкоджає розвитку екологічного туризму у Хмельницькій області й суперництво та відсутність координації між різними організаціями, що займаються промоцією екологічного туризму.

Потенційні можливості та вигоди від розвитку екологічного туризму у Хмельницькій області такі: зростуть доходи місцевого населення, що поліпшить економічний розвиток області; збільшиться зайнятість міського населення; екотуризм сприятиме збереженню природи і культурно-історичних пам'яток області; будуть створюватися нові робочі місця у сфері обслуговування, медицини, транспортній мережі, які зможуть забезпечити роботою випускників вищих навчальних закладів.

З огляду на результати проведеного аналізу, рекомендуємо організаціям, що займаються, чи планують займатися екологічним туризмом в області здійснити такі заходи: розробити пілотні проекти, які дадуть змогу наочно продемонструвати користь від екологічного туризму; проводити тренінги для місцевих жителів, які задіяні у сфері екологічного туризму; створити веб-сторінку Хмельницької області як терену екологічного туризму; створити інформаційні центри у Хмельницькому і Кам'янці-Подільському, які б займалися збором та оперативним поновленням інформації про готелі, нічліги і табори для екотуристів та іншої інформації, яка необхідна для екотуристів. Менші за масштабом виконуваних функцій інформаційні центри варто створити майже в усіх районних центрах області або особливо привабливих для туристів місцях; здійснити заходи з поліпшення іміджу Хмельницької області як терену для відпочинку, оздоровлення й духовного екологічного збагачення особистості, зокрема такі, як публікація рекламних проспектів, виступи у засобах масової інформації, проведення різноманітних рекламних акцій тощо.

Систему менеджменту й маркетингу екологічного туризму в Хмельницькій області потрібно будувати із урахуванням ключових "точок росту", що окреслені аналізом. Зокрема, менеджмент екологічного туризму має враховувати такі об'єктивні обставини: не всі місцевості підходять для розвитку екологічного туризму; не всі місцеві громади можна залучити до його розвитку; не всі форми екотуристичної діяльності прийнятні на території області; повинні бути застосовані спеціальні механізми управління для того, щоб перешкодити негативному впливу екотуристів на довкілля.

Розвиток екологічного туризму, як і будь-який інший вид господарської діяльності, вимагає чіткого планування. Планування – це одна з основних форм менеджменту туроператорів організацій, що полягає у чіткому визначенні та конкретній регламентації стратегії, тактики і виробничого механізму функціонування туристичних організацій і закладів у ринковому середовищі з метою забезпечення їх ефективної конкурентоспроможності та економічного процвітання.

Враховуючи фрагментарний характер поширення екологічного туризму у Хмельницькій області, необхідно здійснювати перспективне територіальне й економічне планування для того, щоб забезпечити відповідні вигоди та прибутки для місцевого населення.

При здійсненні перспективного планування розвитку екотуризму у Хмельницькій області потрібно враховувати такі три ключові аспекти: ресурсний (мінімізація фінансових і матеріальних ресурсів та затрат людської праці); економічний (мінімізація вкладеного капіталу і часу, які необхідні для втілення задуму у життя); комерційний (максималізація прибутків).

Екологічний туризм – вразливий сектор господарської діяльності. Будь-які природні лиха, негода, погіршення іміджу території, загострення криміногенної ситуації та безліч інших обставин кардинально впливають на обсяг потоків споживачів рекреаційних послуг. Саме тому туроператорам екологічного туризму важливо планувати виникнення непередбачених ситуацій, тобто варто закладати у план певну частку потенційних ресурсів, які необхідні для здійснення тактичного планового маневрування.

Результативне (а не декларативне) планування потребує досвіду та відповідних знань і вмій, тому до розробки планів щодо розвитку екологічного туризму варто залучати кваліфікованих осіб з місцевих адміністрацій і громадських організацій, інформованих осіб з місцевого населення. Актуальною є потреба партнерства і при плануванні потрібно звертати увагу на наявні моделі співпраці між зацікавленими сторонами.

Намір розпочати діяльність у сфері екологічного туризму мусить бути викладений у вигляді письмових розрахунків у бізнес-плані господарської діяльності. Цей документ має, як зовнішню (презентація своїх планів споживачам та інвесторам, підстава для отримання фінансових ресурсів), так і внутрішню (стає знаряддям успішного керування підприємством) функції. Щоб бізнес-план був успішним, він має базуватися на реальних даних. При підготовці бізнес-плану треба чітко усвідомлювати й кількісно оперувати такими ключовими бізнес-категоріями, як фінанси, час, людські ресурси, створення

екотуристичного продукту, реклама, складові сервісу, складові конкурентоспроможності екотуристського продукту та його особливості.

У бізнес-плані екотуристичної діяльності необхідно звернути особливу увагу на детальний аналіз маркетингового комплексу. Необхідно відповісти на такі запитання: маркетингові цілі (чого ми хочемо досягти); шанси і загрози (сприятливі умови і перешкоди для діяльності у екологічному туризмі); недоліки і переваги конкурентів; власні недоліки і переваги; розміри ринку; мотивація інвестиції; розвиток підприємництва; виробники і споживачі екотуристичних послуг.

У екологічному туризмі існує фактор сезонності попиту на туристичні послуги. Це зумовлює проблему раціонального розподілу грошових надходжень у часі (в "піковий" і "мертвий" сезони), тому у бізнес-плані варто реально підходити до планування обсягів надходжень і виплат по календарних місяцях. Також потрібно передбачити сезонні знижки – зниження ціни для тих туристів, які прибувають у "мертвий" сезон. Такі знижки дадуть можливість утримувати відносно стійкий попит упродовж року.

Висновки. Аналіз основних чинників розвитку екологічного туризму, туроператорів, екотуристичних ресурсів Хмельниччини дає можливість зробити висновок, що перспективи здійснення екотуристичної діяльності в області виглядають потенційно сприятливими. Територіально екологічний туризм повинен розвиватися через багатofункціональні екотуристські центри.

Екологічний туризм має незаперечний соціально-економічний зміст, який проявляється у наступному: виробництві і реалізації специфічного екотуристського продукту, який є комплексом екомістких та екозначущих продуктів, товарів і послуг переважно інтелектуально-освітнього та рекреаційного характеру; сприянні економічному розвитку регіонів через збільшення місцевих доходів, створення нових робочих місць, розвиток галузей, що орієнтовані на виробництво екотуристського продукту; відновленні і зміцненні трудового потенціалу людини, що є головною умовою її продуктивної участі в економічному житті суспільства.

Ми виділяємо п'ять основних напрямків екотуризму, які сприяють соціально-економічному розвитку регіонів: розширення зв'язків між туроператорами і постачальниками туристських послуг; підтримка малих підприємств у сфері екологічного туризму; створення нових робочих місць; послаблення конкуренції у боротьбі за природні ресурси між місцевими жителями й галузями промисловості; поліпшення соціальної і культурної ситуації у регіоні.

Таким чином, підтримка екологічного туризму на регіональному та місцевому адміністративних рівнях – це підтримка місцевого населення і господарства в цілому. Лише екологічний туризм у сучасних економічних умовах здатний реально допомогти малим населеним пунктам України вижити, оскільки саме вони своєю специфічністю притягують екотуристів.

Література

1. Храбовченко В.В. Экологический туризм: Учебно-метод. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 208 с.
2. Рутинський М.Й., Зінко Ю.В. Зелений туризм. – К.: Знання, 2008. – 271 с.
3. Білецька Г.А., Сільчук В.А. Суспільно-економічні основи та економічний зміст екологічного туризму // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2008. – № 3. – Т. 3. – С. 178-180.

Надійшла 30.01.2010