

УДК 338.48 (477.52)

**С. Н. ИЛЬЯШЕНКО,**  
*профессор, доктор экономических наук,  
заведующий кафедрой маркетинга и управления инновационной деятельностью  
Сумского государственного университета,*  
**Н. С. ИЛЬЯШЕНКО,**  
*кандидат экономических наук,  
доцент кафедры маркетинга и управления инновационной деятельностью  
Сумского государственного университета,*  
**В. А. ЩЕРБАЧЕНКО,**  
*магистрант кафедры маркетинга и управления инновационной деятельностью  
Сумского государственного университета*

## “ЗЕЛЕНЫЙ” ТУРИЗМ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА \*

*Представлены результаты анализа перспектив формирования рынка “зеленого” туризма в Сумской области как направления устойчивого развития одной из областей Украины, для которой этот вид туризма не является традиционным. Выполнена количественная оценка имеющегося туристического потенциала, а также определена целесообразность развития определенных видов “зеленого” туризма в районах и населенных пунктах области. Показано, что предложенные и апробированные методические инструменты, выводы и рекомендации могут быть использованы для обоснования программ развития “зеленого” туризма в областях Украины.*

**Ключевые слова:** “зеленый” туризм, рыночные возможности, туристический потенциал региона, малобюджетный туризм, потребительские вкусы, маркетинг территорий, устойчивое развитие.

**S. N. IL'YASHENKO,**  
*Prof., Doctor of Econ. Sci.,  
Head of the Chair of Marketing and Management of Innovative Activity,  
Sumy State University,*  
**N. S. IL'YASHENKO,**  
*Cand. of Econ. Sci.,  
Ass. Prof. of the Chair of Marketing and Management of Innovative Activity,  
Sumy State University,*  
**V. A. SHCHERBACHENKO,**  
*Undergraduate of the Chair of Marketing and Management of Innovative Activity,  
Sumy State University*

## “GREEN” TOURISM AS ONE OF THE DIRECTIONS OF THE STEADY DEVELOPMENT OF A REGION \*

*The authors present the results of analysis of the perspectives of the formation of a “green” tourism market in the Sums'ka region as a direction of the steady development of one of the regions of Ukraine, where this type of tourism is not traditional. The quantitative estimate of the available tourism potential is carried out, and the expediency to develop certain forms of “green” tourism in districts and settlements of the region is substantiated. It is shown that the proposed and approbated methodical tools, conclusions, and recommendations can be used for the substantiation of the programs of development of “green” tourism in Ukraine's regions.*

**Keywords:** “green” tourism, market potentialities, tourist potential of a region, low-budget-spending tourism, consumer's preference, marketing of territories, steady development.

Устранение диспропорций в экономике регионов и их переход к устойчивому развитию являются одними из приоритетов экономической политики Украины.

\* Работа выполнена за счет бюджетных средств Министерства образования и науки, молодежи и спорта Украины, предоставленных на выполнение научно-исследовательской работы на тему “Разработка механизма внедрения экологических инноваций” (№ 0112U001378 государственного реестра).

Достичь этого можно путем активного поиска и анализа сравнительных конкурентных преимуществ отдельных регионов и территорий, определения наиболее эффективных направлений их реализации, проведения комплекса маркетинговых мероприятий по формированию и продвижению соответствующего имиджа области, района, города или поселка с целью привлечения необходимых инвестиций, стимулирования выбранных приоритетных направлений развития территории.

Мировой и отечественный опыт показывает, что одними из эффективных направлений развития территорий являются формирование и расширение рынка туристических услуг. В последнее время во всем мире все большую популярность приобретают относительно малобюджетные виды туризма, в частности: экологический, маршрутно-познавательный, спортивно-оздоровительный, этнографический, сельский и др. Для их развития не нужны значительные инвестиции, при этом они могут достаточно быстро обеспечить прибыльность. Кроме относительной дешевизны, данным видам туризма присуща экологическая ориентация (“зеленый” туризм), что делает их привлекательными для значительной части населения развитых в социально-экономическом плане стран, а также стран с “западной” ментальностью.

Перечисленные виды туризма отнесены нами к “зеленым” (экологическим) на основании того, что, согласно существующим определениям, они, например, предусматривают отдых в естественных экологически чистых зонах или регионах, а также посещение мест, представляющих культурный и познавательный интерес, что способствует (за счет полученных доходов) сохранению (или даже улучшению) окружающей среды, росту благосостояния местного населения и т. п. [1].

По данным компании “Бизнес-ресурс” [2], 35% городского населения Европы отдадут предпочтение отдыху на природе, преимущественно в сельской местности. Развитие сельского (“зеленого”) туризма не только помогает сохранению естественных территорий, обеспечивает работой местное население, но и способствует наполнению бюджетов стран и регионов. Например, во Франции доход от него в общегосударственный бюджет составляет свыше 1 млрд. евро, а в бюджеты регионов — 2 млрд. евро [2]; в бюджете Сербии он превышает 100 млн. евро, или 15% поступлений от всех видов туризма, развивающихся в стране. Эти данные свидетельствуют о больших перспективах (при надлежащей организации туристического бизнеса) привлечения достаточно значительных целевых групп потребителей, что, в свою очередь, способно создать предпосылки для устойчивого развития регионов Украины.

Проблематика формирования и развития рынка туристических услуг отражена во многих трудах зарубежных и отечественных ученых. В них, в частности, исследовались: вопросы обобщения зарубежного опыта государственного стимулирования развития туризма [3]; проблемы становления и развития туризма в Украине; современное состояние украинского туристического рынка; инструменты и методы маркетинга туризма, в том числе в разрезе отдельных территорий [4; 5; 6; 7; 8]; продвижение на рынок и формирование рынка инновационных туристических продуктов; экономические аспекты развития туризма в отдельных странах и регионах [2; 3; 9]; управление развитием туризма на разных уровнях обобщения [4]; проблемы развития “зеленого” туризма [1]; методологические основы использования потенциала (в том числе туристического) устойчивого развития стран и регионов; и др.

Однако практика свидетельствует, что в Украине формирование рынка туристических услуг происходит бессистемно, в основном лишь в Крыму, Карпатах, Приазовье, отдельных районах Полесья, а на большей части территории туристическим услугам, особенно экологически ориентированным, уделяется очень мало внимания. Имеющиеся научные наработки рассматривают преимущественно марке-

тинг отдельных видов туризма и не позволяют системно оценить и определить пути реализации потенциала украинского рынка “зеленого” туризма, который является достаточно значительным.

Цель предложенного исследования – анализ перспектив формирования этого экологически ориентированного рынка как направления устойчивого развития одной из областей Украины (Сумской), для которой такой вид туризма не является традиционным.

Мы провели маркетинговый анализ готовности целевой аудитории к потреблению разных туристических услуг. Объектом исследования были преимущественно городские жители Сумской, Белгородской, Брянской, Курской, Полтавской, Харьковской и Черниговской областей Украины и России, генеральная совокупность их потенциальных потребителей составила 5,5 млн. чел.

С целью определения вкусов фактических и потенциальных потребителей было проведено их репрезентативное анкетирование (по полу, возрасту, месту жительства, склонности к активному отдыху), результаты которого приведены в таблице 1. Всего было опрошено 1840 чел., в том числе 845 мужчин (46%) и 995 женщин (54%). В выборку вошли граждане из разных социальных групп: рабочие, служащие, студенты, предприниматели, пенсионеры, безработные.

Таблица 1  
Виды “зеленого” туризма, выбранные потребителями (%)

| Потребители | Виды туризма    |            |               |                           |                          |
|-------------|-----------------|------------|---------------|---------------------------|--------------------------|
|             | этнографический | спортивный | экологический | санаторно-оздоровительный | маршрутно-познавательный |
| Мужчины...  | 2,70            | 21,62      | 18,92         | 13,51                     | 43,24                    |
| Женщины...  | 8,33            | 4,17       | 12,5          | 37,50                     | 41,67                    |
| Всего.....  | 4,84            | 14,52      | 16,13         | 22,58                     | 41,94                    |

Было установлено, что потребительские предпочтения мужчин и женщин существенно различаются (за исключением маршрутно-познавательного туризма), что следует учитывать в процессе развития разных видов “зеленого” туризма и при формировании соответствующей инфра

фраструктуры.

Спортивный и санаторно-оздоровительный виды туризма отнесены нами к “зеленым” на основании того, что рассматривались такие их разновидности, которые предусматривают пребывание в естественных экологически чистых зонах или регионах, а также посещение мест, представляющих культурный и познавательный интерес [1].

В ходе дальнейших опросов около 90% респондентов ответили, что они выезжают в туристические поездки с семьей или в компании друзей. Это позволяет уточнить количественный состав потенциальных потребителей и объемы востребованных туристических услуг.

Важность для респондентов основных параметров туристических услуг, влияющих на выбор места, времени, вида отдыха и т. п., охарактеризована в таблице 2.

Далее мы определили уровень осведомленности жителей соседних местностей о Сумской области, ее наиболее интересных местах и привлекательности для туристов. По результатам опроса, лишь 10% респондентов никогда не посещали Сумщину; 90% – приезжают на отдых к родственникам, друзьям, знакомым, а также в санатории, на базы отдыха, в хозяйства того населения, которое занимается сельским туризмом, и т. п.

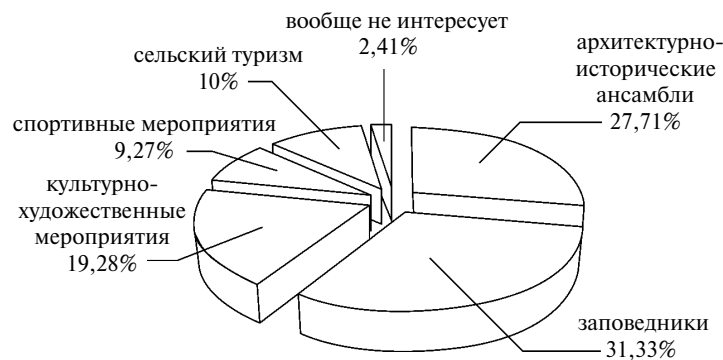
Пожелания респондентов относительно посещения во время туристического отдыха определенных тематических мероприятий, исторических мест и т. п. приведены на рисунке.

Таблица 2  
Отношение респондентов к параметрам услуг “зеленого” туризма

| Параметры туристических услуг                   | Отношение респондентов |       |                |
|---|------------------------|-------|----------------|
|   | очень важно            | важно | не очень важно |
| Соотношение цены и качества.....                | +                      |       |                |
| Время отдыха.....                               |                        | +     |                |
| Комфорт.....                                    |                        | +     |                |
| Престижность (статус).....                      |                        |       | +              |
| Возможность культурного развития...             |                        | +     |                |
| Оздоровление.....                               |                        | +     |                |
| Участие в спортивных мероприятиях               |                        |       | +              |
| Удаленность от постоянного местожительства..... |                        |       | +              |

Как видно из рисунка, большинство опрошенных (31,33%) заинтересованы в посещении природных заповедников с целью сближения с природой и душевного отдыха, 27,71% – желают увидеть архитектурно-исторические достопримечательности, чтобы расширить свои знания и повысить культурный уровень, 19,28% – стремятся посетить культурно-художественные мероприятия, 19,27% – выбрали сельский туризм

и спортивные мероприятия как дополнение к другим видам “зеленого” туризма, 2,41% – не изъявили желания участвовать в перечисленных мероприятиях.



Отношение респондентов к дополнительным услугам (мероприятиям), расширяющим возможности туристического отдыха

Почти 50% опрошенных указали, что у них есть собственные усадьбы в сельской местности, а потому маловероятно, что их заинтересуют платные услуги других домохозяйств. Однако есть достаточно большая доля респондентов, которые бы воспользовались определенными дополнительными услугами сельского туризма (табл. 3).

Сумская область имеет все естественно-экологические, климатические и другие условия для развития “зеленого” туризма [9; 10; 11]. Однако оценки шансов области в развитии “зеленого” туризма респондентами, посетившими Сумщину, неоднозначны: 61% опрошенных считают их низкими, 24% – средними, 15% – высокими. Низкие оценки могут быть предопределены влиянием разных факторов: плохой осведомленностью о потенциале “зеленого” туризма Сумщины; неразвитостью инфраструктуры туристических услуг; сложной финансово-экономической ситуацией в стране; мощной конкуренцией, которую составляют другие, более известные и “раскрученные” места в Украине, а также традиционные туристические регионы (Турция, Египет, Западная Европа и т. п.).

Среди мотивов, влияющих на выбор места и вида отдыха, преобладают моральные и эстетические, то есть учитывается культурное и духовное развитие. В этом пла-

не на Сумщине проводится достаточно много разного рода тематических мероприятий [9]: казацкие праздники, фестивали и конкурсы народных песен и музыки, литературно-художественные фестивали, фольклорные фестивали, ярмарки и др.

**Общие ответы респондентов относительно дополнительных услуг сельских домохозяйств**  
(%)

| Услуги                                | Желающие воспользоваться |
|---------------------------------------|--------------------------|
| Питание.....                          | 17                       |
| Проживание и сопутствующий сервис...  | 16,5                     |
| Рыболовство.....                      | 14,5                     |
| Экскурсии к заповедным местам области | 11                       |
| Конные прогулки.....                  | 11                       |
| Сбор ягод, грибов, лечебных трав..... | 10                       |
| Аренда велосипедов, лодок.....        | 9                        |
| Занятие народными ремеслами.....      | 5,5                      |
| Охота.....                            | 5                        |
| Занятие земледелием.....              | 2                        |
| Присмотр за скотом.....               | 1                        |

Углубленное исследование особенностей развития “зеленого” туризма в Сумской области было выполнено методом расширенного интервью владельцев усадеб, частных предпринимателей, студентов, пенсионеров, работников туристических агентств, руководителей областного отделения Союза содействия развитию “зеленого” туризма в Украине. По мнению респондентов, эксклюзивность предложенных услуг, а также достаточное информационное

влияние на потребителей являются важнейшими для его успешного функционирования и развития. Все опрошенные говорят об уникальной природе Сумской области, которая могла бы привлечь внимание туристов – как жителей этого региона, так и гостей. Туристы из разных уголков мира постепенно начали посещать Сумщину. В частности, в усадьбе “Вакулина басня” останавливались туристы из Германии, Австрии, Швеции, Турции и др. Усадьбу “Северный лес” обычно посещают киевляне, однако приезжают также туристы из Одессы, Симферополя, Самары, Ростова-на-Дону, Москвы и многих других крупных городов Украины и России. В первую очередь их привлекают живописные пейзажи, чистый воздух, река Сейм, хвойный лес. Кроме того, во время спортивных соревнований усадьба принимает охотников и рыбаков.

В ходе дальнейшего анализа мы выполнили оценку целесообразности развития разных видов “зеленого” туризма в районах Сумской области. Была проведена (по авторской методике [9; 10]) количественная оценка шансов успешного развития наиболее характерных для Сумской области видов “зеленого” туризма (этнографического, маршрутно-познавательного, санаторно-оздоровительного, сельского, спортивно-оздоровительного, в том числе водного и конного, с охотой, рыбалкой и туристическими походами и т. д.) на отдельных ее территориях. Целесообразность распространения такого туризма в Сумской области подтверждается выполненной нами методом SWOT-анализа оценкой соответствия внешних условий (рыночных возможностей и угроз) и имеющегося потенциала региона, в частности, его сильных и слабых сторон.

Результаты свидетельствуют, что наиболее реальной рыночной возможностью развития здесь “зеленого” туризма является готовность населения Сумщины и соседних областей к потреблению предложенных услуг, а также росту популярности экологического туризма в мире (в том числе в Украине и России).

Эффективную деятельность в сфере предоставления экологически ориентированных туристических услуг обеспечивают хорошая экологическая ситуация, сложившаяся в Сумской области, соответствующая ресурсная база, понимание бизнесменами того, что “экологичность” – это фактор их конкурентоспособности

и т. п. Однако наибольшая рыночная угроза состоит в постоянном изменении “правил игры” для бизнеса. Респондентами отмечено также, что в регионе существует большая проблема с квалифицированными сертифицированными экскурсоводами, что также сдерживает развитие туризма в целом. Самая слабая сторона туристической деятельности – отсутствие эффективной рекламы услуг.

Для стимулирования развития рынка туристических услуг важно учитывать мировой опыт по применению механизмов государственной и региональной поддержки. К ним, в частности, относятся: налоговые каникулы и льготы; предоставление дешевых кредитов; информационная поддержка; снижение пошлины; прямые субсидии или предоставление гарантий на инвестиции с целью привлечения иностранных инвесторов; участие в проектах ЕС TACIS по поддержке “зеленого” туризма [10]; предоставление в аренду (продажу) на льготных условиях ресурсной базы, объектов инфраструктуры; создание позитивного имиджа и продвижение привлекательных для иностранцев видов туризма; государственно-частное партнерство в сфере туризма (совместная собственность, совместное управление, маркетинговое управление и т. д. [3]); и т. п.

#### **Выводы**

1. Исследования показали, что потенциальные потребители, преимущественно из числа жителей Сумской и соседних областей, проявляют заинтересованность в разных видах “зеленого” туризма на территории Сумщины. Это свидетельствует о перспективности данного направления устойчивого развития региона, предусматривающего формирование рынка услуг “зеленого” туризма. Для его активизации целесообразным является применение механизмов государственной и региональной поддержки, хорошо зарекомендовавших себя в зарубежной практике.

2. Результаты выполненного исследования могут быть использованы при обосновании решений о создании (модернизации) соответствующей инфраструктуры для предоставления “зеленых” туристических услуг в Сумской области; разработке программ социально-экономического развития отдельных регионов и области в целом; разработке маркетинговых программ формирования и развития имиджа Сумщины как благоприятного для “зеленого” туризма региона; формировании системы нормативно-правовых актов, стимулирующих развитие туристического бизнеса. Предложенная методика также может быть использована для анализа уровня имеющейся базы (в том или ином регионе Украины), необходимой для принятия соответствующего количества отечественных или иностранных туристов, с целью учета их запросов и вкусов.

3. Развитие “зеленого” туризма в Сумской области уже в ближайшей перспективе позволит лучше реализовать ее ресурсный потенциал, обеспечить работой местное население, увеличить поступления в бюджет, накопить финансовые ресурсы, которые будут направлены на защиту окружающей среды, создать предпосылки для устойчивого развития региона в целом и его отдельных территорий.

Наши дальнейшие исследования будут направлены на оценку емкости рынка Сумской области относительно конкретных видов “зеленого” туризма, уточнение профиля целевых потребителей, оценку экономической эффективности формирования соответствующей туристической инфраструктуры.

#### **Список использованной литературы**

1. *Бабкин А.В.* Специальные виды туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://tourlib.net/books\\_tourism/babkin08.htm](http://tourlib.net/books_tourism/babkin08.htm).
2. Как Евросоюз помогает Украине развивать “зеленый” туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.business-resurs.com.ua/index.php?option=com\\_articles&task=view&id=1622](http://www.business-resurs.com.ua/index.php?option=com_articles&task=view&id=1622).

3. Братюк В.П. Аналіз досвіду західних країн щодо формування державної політики сприяння розвитку туризму // Актуальні проблеми економіки. — 2012. — № 9 (135). — С. 63–71.
4. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. — СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. — 376 с.
5. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг. — К. : Знання, 2006. — 271 с.
6. Кудла Н. О применении комплекса маркетинговых мероприятий в сельском туризме // Экономика Украины. — 2011. — № 2. — С. 79–85.
7. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.koism.rags.ru/publ/articles/01.php>.
8. Шульгина Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : моногр. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. — 597 с.
9. Ілляшенко С.М., Щербаченко В.О. Аналіз потенціалу ринку туристичних послуг Сумської області // Вестник национального технического университета “ХПИ”. — 2012. — № 14. — С. 65–77.
10. Ілляшенко С.М. Аналіз ринкових можливостей і потенціалу інноваційного розвитку організації на базі екологічних інновацій // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2012. — № 3. — С. 229–241.
11. Сумщина туристична [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.tour.sumy.ua/history.php>.

#### References

1. Babkin A.V. *Spetsial'nye vidy turizma* [Special kinds of tourism], available at: [http://tourlib.net/books\\_tourism/babkin08.htm](http://tourlib.net/books_tourism/babkin08.htm) [in Russian].
2. *Kak Evrosoyuz pomogaet Ukraine razvivat' "zelenyi" turizm* [How the EC helps Ukraine to develop “green” tourism], available at: [http://www.business-resurs.com.ua/index.php?option=com\\_articles&task=view&id=1622](http://www.business-resurs.com.ua/index.php?option=com_articles&task=view&id=1622) [in Russian].
3. Bratyuk V.P. *Analiz dosvidu zakhidnykh krain shchodo formuvannya derzhavnoi polityky spryannya rozvytku turizmu* [Analysis of the experience of west countries as for the formation of the state policy favoring the development of tourism]. *Aktual'ni Problemy Ekonomiky – Actual Problems of Economy*, 2012, No. 9 (135), pp. 63–71 [in Ukrainian].
4. Kotler Ph., Asplund Ch., Rein I., Haider D. *Marketing Mest. Privlechenie Investitsii, Predpriyatii, Zhitelei i Turistov v Goroda, Kommuny, Regiony i Strany Evropy* [Marketing Places: Attracting Investments, Industry and Tourism to Cities, States and Nations of Europe]. St.-Petersburg, Stockholm School of Economics in St.-Petersburg, 2005 [in Russian].
5. Kudla N.E. *Marketyng Turystychnykh Poslug* [Marketing of Tourist Services]. Kyiv, Znannya, 2006 [in Ukrainian].
6. Kudla N. *O primeneniі kompleksa marketingovykh meropriyatiі v sel's'kom turizme* [On the application of a complex of marketing actions in rural tourism]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, 2011, No. 2, pp. 79–85 [in Russian].
7. Pankrukhin A.P. *Marketing territorii* [Marketing of territories], available at: <http://www.koism.rags.ru/publ/articles/01.php> [in Russian].
8. Shul'gina L.M. *Marketyng Pidpryemstv Turystychnogo Biznesu* [Marketing of Enterprises of the Tourist Business]. Kyiv, Kyiv Nat. Trade-Econ. Univ., 2005 [in Ukrainian].
9. Ilyashenko S.M., Shcherbachenko V.O. *Analiz potentsialu rynku turystychnykh poslug Sums'koi oblasti* [Analysis of the potential of the market of tourist services in the Sums'ka region]. *Vestnik Nats. Tekhn. Univ. “KhPI” – Bull. Nat. Techn. Univ. “KhPI”*, 2012, No. 14, pp. 65–77 [in Ukrainian].
10. Ilyashenko S.M. *Analiz rynkovykh mozhlyvostei i potentsialu innovatsiinogo rozvytku organizatsii na bazi ekologichnykh innovatsii* [Analysis of market potentialities and the potential of the innovative development of an organization on the basis of ecological innovations]. *Marketyng i Menedzhment Innovatsii – Marketing and Management of Innovations*, 2012, No. 3, pp. 229–241 [in Ukrainian].
11. *Sumshchyna turystychna* [Sums'ka region for tourism], available at: <http://www.tour.sumy.ua/history.php> [in Ukrainian].

Статья поступила в редакцию 11 января 2013 г.