

УДК: 334.48

Радченко О.М.

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ЕКОЛОГІЧНОМУ ТУРИЗМІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Статтю присвячено актуальному стану маркетингових комунікацій в екологічному туризмі Черкаської області, яка має значний історико-культурний та природний потенціал. Проведено аналіз зв'язків з громадськістю та рекламної діяльності туристичних підприємств і громадських об'єднань, спрямованих на просування екологічних турів та збереження довкілля.

Ключові слова: маркетингові комунікації, екологічний туризм, Черкаська область, екологічний тур.

Статью посвящено актуальному состоянию маркетинговых коммуникаций в экологическом туризме Черкасской области, которая имеет значительный историко-культурный и природный потенциал. Проведено анализ связей с общественностью и рекламной деятельности туристических предприятий и общественных организаций, направленных на продвижение экологических туров и сохранение окружающей среды.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, экологический туризм, Черкасская область, экологический тур.

The article is devoted to the current state of marketing communications in ecological tourism of Cherkasy region, which has significant cultural, historical and environmental potential. Public relations and advertising activities of tourist agencies and public organizations, which promote ecological tours and environment protection, have been analyzed.

Keywords: marketing communications, ecological tourism, Cherkasy region, ecological tour

Постановка проблеми. Серед різновидів туризму особливого поширення набуває сьогодні екологічний туризм, що здійснюється переважно на територіях національних природних парків, біосферних заповідників, регіональних ландшафтних парків тощо. Його інтегруючий характер спрямований на гармонізацію відносин між органами державної влади, туристами, туристичними підприємствами, місцевими громадами, громадськими організаціями та природним середовищем, що реалізується через екологізацію всіх видів туристської діяльності, охорону природи, екологічну освіту та виховання.

Подальшого дослідження потребують питання комплексного підходу до застосування маркетингових комунікацій та особливостей управління ними у сфері саме природо орієнтованого туризму, адже вони повинні відповідати не лише комерційним інтересам туристичних підприємств, але й принципам екологічного туризму, що передбачає збереження довкілля та етнографічного статусу рекреаційної території, підвищення економічної стійкості регіонів, залучених до туризму, підвищення рівня екологічної культури всіх його учасників .

Останні публікації та дослідження. Вивченню маркетингових комунікацій було присвячено багато праць зарубіжних авторів. Серед них Р. Барта та Дж. Майерс, Дж. Берет та С. Моріарті, Ф. Котлер, Дж. Боуен та Дж. Мейніз, А. Дурович, Г. Почепцов та багато інших [1-6]. Аналізували ці проблеми й такі українські науковці як Н. Ведмідь, О. Дмитрук. В працях цих авторів зазначено, що стратегія розвитку екотуризму через національні й регіональні адміністрації, комітети та держуправління з туризму та систему відповідних органів управління природоохоронними територіями вимагає більш глибокого концептуального та практичного опрацювання. Підкреслено відсутність суспільно орієнтованого інформаційного менеджменту та PR екотуризму, не сформованість попиту на даний напрям туризму та малу кількість свідомих екотуристів, що готові витратити кошти, час і сили на спілкування з природою та її захист [7-8]. Інтерес викликає науковий пошук С. Лисовського та Є. Маруняк щодо ландшафтного планування як чинника стійкого розвитку регіонів України. Автори акцентують увагу на тому, що враховуючи проблеми розвитку інфраструктури в Україні, низький рівень диверсифікації туристичного продукту та екологічної свідомості населення, дефіцити законодавчої бази, можна говорити про необхідність істотних змін в туристичній сфері і про впровадження сучасних, науково обґрунтованих підходів. В якості об'єкта ландшафтного планування було обрано саме Черкаську обл. [9, с. 74].

Досвіду щодо дбайливого ставлення до природи та розвитку екологічних видів туризму набуло багато країн світу. Зокрема, в Німеччині туристична спілка країни щороку проводить конкурси на інноваційні проекти. Приміром, у 2011 р. серед переможців було визнано відео-портал землі Мекленбург-Форпоммен, на якому представлено гіда та відеоінформацію щодо туристичних ресурсів, та щорічний регіональний конкурс на кращу фотографію природи «horizonte zingst» в національному парку Форпомерше боденландшафт (Vorpommersche Boddenlandschaft). У 2012 р. одним із переможців визнано проект туристичного центру Хохшварцвальда (Hochschwarzwald) із впровадженням безкоштовної оренди електромобілів за регіональною карткою, що надає 60 безкоштовних послуг [10]. Оголошено також загальнонаціональний конкурс «Стійкі туристичні регіони», переможці якого будуть нагороджені в Берліні, та

інформація про яких поширюватиметься в засобах масової інформації. Передбачається також створення іміджевого фільма про регіон [11].

Метою даної статті є аналіз маркетингових комунікації в екологічному туризмі Черкаської області, що передбачає проведення аналізу ПР-акцій, реклами, інструментів стимулювання збуту та особового продажу для просування послуг екологічного туризму на внутрішньому ринку.

Виклад основного матеріалу. Черкащина – край, який має багаті природні ресурси та значний туристичний потенціал, до якого входять 4 національні, 3 державні історико-культурні, 1 історико-архітектурний заповідники, а також Національний дендрологічний парк «Софіївка». У складі заповідників діють 18 музеїв державної та комунальної власності.

Серед найцінніших природних комплексів Черкаської області – один з найдавніших в Україні Канівський природний заповідник. Унікальність рельєфу, неповторна краса ландшафтів, величезне біорізноманіття збереглися в самому центрі України. Заповідник був створений у 1923 р. Нині його площа становить понад 2 тис. га. Національним багатством є також Черкаський бір – найбільший масив (понад 28 тис га.) дубово-соснових лісів лісостепової зони України. У лісах області зустрічаються лось, олень плямистий, козуля, кабан, з хижаків – борсук, лисиця, куниця та інші. З метою популяризації туристських маршрутів Черкаської області видано буклети «Черкащина туристична запрошує», «Черкащини красоти неповторні», «Гостинно просить серце України – Черкаський край, Шевченка батьківщина!» У базі даних обласного осередку Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму зареєстровано понад 100 осель, які діють у 12 районах. Цікаво те, що в переліку перспективних для області видів туризму, екологічний туризм навіть не згадується: «Потенціал області дозволяє розвивати на її території майже всі види сучасного туризму – автомобільного (особливо в зв'язку зі створенням міжнародних транспортних коридорів), пізнавального, наукового, спортивного (кінного, пішохідного, водного, велосипедного), і зеленого з проживанням у місцевого населення» [12]. Вочевидь, працівники сектору іміджевої діяльності та розвитку туризму Черкаської обласної адміністрації недостатньо уваги приділяють екологічному туризму.

Однак, в Черкаській області можна знайти небагато численні приклади екологічного туризму. Зокрема, в останні роки значно зріс інтерес туристів до Холодного Яру – реліктового лісового масиву, який, незважаючи на порівняно малу площу (понад 7000 га), має величезне історичне значення. Рельєф Холодного Яру горбистий, з великою кількістю глибоких оточених горами низин. Найглибша і найдовша балка називається Холодним Яром, а від неї і вся територія навколо носить цю назву. Загальна довжина балок-ярів становить 250 км. Дубово-ясеневе урочище Холодний Яр – пам'ятка природи державного значення (розпор. РМ УРСР №1085-р від 01.10.1968 р.), частина його

площі (понад 1000 га) з відомими пам'ятками історії і природи віднесена до НІКЗ «Чигирин». За кількістю унікальних археологічних, історичних, наукових об'єктів, а їх тут налічується понад 150 найменувань, Холодний Яр посідає перше місце в Україні. В лісовому масиві і на полях навколо нього знаходяться кургани скіфської доби та пізніших епох. Археологи знайшли тут сліди всіх археологічних культур, починаючи з трипільської землеробної культури, яка зародилася в лісостеповій зоні України за п'ять-чотири тисячі років до нашої ери. На цій території збереглися залишки кількох стародавніх городищ, оточених земляними валами, висота й ширина яких ще й тепер вражає, а також руїни підземних церков і печер. Найбільше городище – Скіфське або Мотронинське (VI століття до н. е.), в центрі якого височіє пам'ятник архітектури – Троїцька церква Мотронинського монастиря. Докладна інформація про історію та природні умови Холодного Яру представлена на порталі «Історія цивілізацій» [13]. На відміну від нього інші сайти природо- та країнознавчої інформації представляють лише Буцький каньон, Канівський природний заповідник та дендропарк «Софіївка» [14].

Низка українських туристичних операторів пропонують тури до цієї місцевості та поширюють рекламну інформацію на власних Інтернет-сторінках. Прикладом вдалого поєднання ПР-акції та рекламного просування туру є діяльність туристичної компанії «Унікальна Україна», яка розробила одноденний тур «По слідах паралельного світу – 2. Таємниці Холодного яру», звертаючи увагу на «дивовижні природні аномалії і нерозгадані таємниці нашої історії». Розробці цього туру передували експедиції протягом 2006-2008 рр. генерального директора «Унікальної України» Ярослава Козака разом із ведучим програми «Паралельний світ» на телеканалі СТБ Валерієм Сараулою [15].

В межах традиційного просування турів діють черкаський туристичний оператор «Від краю до краю», київський туристичний клуб «Ростра» та інші [16-17]. На спеціалізованому сайті вело туристів представлено велосипедний маршрут Сміла – Чигирин через Холодний Яр із картою, детальним графіком та програмою велотуру [18]. Черкаський туроператор «Супутник» пропонує на власному сайті три варіанти подорожі, два з яких лише умовно можна вважати екологічними, адже вони передбачають користування природними та культурно-історичними ресурсами без заходів, спрямованих на відновлення чи покращення стану довкілля. Це корпоративний відпочинок за маршрутами Чигирин–Суботів–Холодний Яр та Кам'янка–Холодний Яр. Співпраця із агросадибою «Холодноярський зорепад» – один із не багатьох прикладів діяльності туристичних підприємств на підтримку мешканців районів нашої області, що надають послуги гостинності в сільській місцевості та знайомлять із українськими традиціями та побутом [19].

На сайті іншого відомого туристичного оператора області «НАМІ» перелічено декілька турів Черкащиною, які на нашу думку могли б мати безпосереднє відношення до екотуризму, але, нажаль, ніяких пояснень до цих турів не надається («Дерев'яні храми Черкащини», «Тіні забутих предків», «Канів – місто Кобзаря», «Мальовничі каньйони Черкащини») [20].

Найцікавішими екологічними об'єктами для туристів в Холодному Яру є Гайдамацький ставок та Дуб Залізняка, якому понад 1100 років, і який є пам'яткою місцевого значення. Гайдамацький (монастирський ставок) в день відвідує в середньому 10-20 осіб (в місяць близько 300 осіб), що за умов сезонності з березня по листопад становить в середньому 2 700 відвідувачів в рік. Спуск до джерела і ставка оснащений деревними східцями з лавочками для відпочинку, саме джерело знаходиться під накриттям. Дуб Залізняка в 2011 р. відвідало 36 тис. туристів, переважно з України та Росії. Гроші, отримані від продажу квитків для огляду дуба, йдуть на утримання 4 працівників та пункту охорони. В планах керівництва філіалу Чигиринського НІКЗ проведення міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої проблемам збереження унікальної природної території та надання дубу Залізняка статусу пам'ятки державного значення.

На прилеглій до дуба території знаходиться ресторанно-готельний комплекс «Дикий Хутір», який завдяки власному Інтернет-сайту широко рекламує розважальні заходи (святкування Різдва, Нового року, Пасхи тощо), риболовлю, пішохідні екскурсії [21].

У підготовці фахівців в галузі екології і проведенні природоохоронних робіт із елементами екотуризму значну роль відіграє навчально-науковий інститут природничих наук Черкаського національного університету ім. Б.Хмельницького, зокрема, студенти спеціальності «Екологія, охорона навколишнього середовища та збалансоване природокористування». Дружиною «Адоніс», членами якої є студенти ННІ природничих наук, шостий рік у березні - квітні провадиться акція «Першоцвіт», яка спрямована на збереження популяції підсніжника складчастого у Холодному Яру. Незважаючи на значну територію, яку треба обійти студентам щоденно, незважаючи на холодну погоду та дощі, волонтери виконують шляхетну місію – збереження червонокнижної рослини, «Срібної перлини Черкащини». Однією з активісток руху за збереження довкілля Холодного Яру є випускниця ННІ природничих наук, а тепер працівник філіалу «Холодний Яр» Національного історико-культурного заповідника «Чигирин» Ольга Галушко. За її участі та за підтримки «Всеукраїнської екологічної ліги» близько 7 років тому створено молодіжну екологічну громадську організацію «Екологічні ініціативи». Діяльність організації (встановлення інформаційних стендів на екологічних стежках, охорона першоцвітів, прибирання території тощо) представлена на порталі новин громадських об'єднань Черкащини «Вільний простір». Нещодавно

закінчився ще один проект, який організувала громадська організація «Вільний простір» у співпраці з «Екологічними ініціативами» – «Екологічними стежками Холодного Яру». Його мета – екологічна просвіта жителів територій поблизу урочища Холодний Яр [22]. Інформаційний матеріал, пов'язаний із діяльністю «Громадських ініціатив», було показано на обласному державному телеканалі «ВІККА» [23].

До спеціальних заходів слід віднести етнекологічний табір «Холодноярськими стежками» із тематичною програмою: День трипілля, День сарматів, амазонський, козацький, екологічний дні. На початку травня 2012 р. близько 40 представників різних громадських організацій та небайдужих громадян здійснили веломандрівку до Холодного Яру. Цього року відбувся також наймасштабніший проект – регіональний етнекологічний фестиваль «Яровій» в підтримку створення національного природного парку в урочищі Холодний Яр. Організували цю природо- й культурозахисну спортивну акцію такі громадські об'єднання, як Ресурсний центр АНГО, Національна скаутська організація «Пласт», НМЦ «Екологічні ініціативи», молодіжне об'єднання «Здравіє», Федерація спортивного туризму тощо [24].

Активна ПР-діяльність з метою створення Національного природного парку в Холодному Яру доповнена буклетом «Холодний Яр», в якому привернуто увагу щодо вичерпання екологічного ресурсу даної місцевості через деградування історичних пам'яток, винищення червонокнижних видів рослин та тварин, зношення унікальних ландшафтів, утворення стихійних сміттєзвалищ.

Серед проблем, що перешкоджають зростанню кількості відвідувачів Холодного Яру та розвитку екологічного туризму, виявлено також наступні:

1. 16 тис. гектарів «української Швейцарії» поділені між багатьма землекористувачами і землевласниками,
2. відзначається незадовільний стан доріг, відсутність місць для паркування, що негативно позначається на стану довкілля та збільшує його деградацію;
3. встановлено недостатню кількість вказівних знаків до об'єктів відвідування;
4. облаштовано обмаль промаркованих маршрутів;
5. пропонується обмежений набір туристсько-рекреаційних послуг;
6. в області відсутні спеціалізовані на екологічному туризмі туристичні підприємства;
7. необхідність збору численної документації для організації групових поїздок (у т. ч. учнів шкіл та студентів).

Висновки. Отже, Черкащина має значний потенціал екологічного туризму, розвиток якого, однак, стримується низкою організаційних питань, недосконалою інфраструктурою, низьким рівнем екологічної свідомості населення. Найбільш активно застосовуються інструменти

зв'язків з громадськістю з боку громадських організацій, тоді як туристичні підприємства надають перевагу рекламі на власних Інтернет-сторінках. Інші види маркетингових комунікацій (стимулювання збуту та особовий продаж) практично не застосовуються. Не зважаючи на підготовку в області як фахівців з туризму, так і екології відчувається нестача кадрів, спроможних узяти на себе розробку, організацію і проведення екотуристської діяльності. Засоби масової інформації області приділяють недостатньо уваги формуванню вихованню екологічної свідомості в громадян та туристів.

Використані джерела:

1. Барта Р. Рекламний менеджмент. / Р. Барта, Д. Майерс, Д. Аакер; пер. з англ. - 5-е видання. - К.: М.: Спб.: Изд. дом "Вильямс", 2008. - 784 с.
2. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти; пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. - СПб.: Питер, 2009. - 864 с.: ил.
3. Блэк С. Паблик Рилейшнз. Что это такое? / С. Блэк; пер. с англ. - М.: Новости, 2000. - 240 с.
4. Бове К.Л. Современная реклама / К.Л. Бове, В.Ф. Арнс. - М.: И.Д. Довгань, 2005. - 678 с.
5. Дурович А.П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович А.П., А.С. Команев. - Минск: «Экономпресс», 2007. - 400 с.
6. Почепцов Г. Паблик рилейшенз или как успешно управлять общественным мнением / Г. Почепцов. - М.: Центр, 2008. - 352 с.
7. Ведмідь Н. І. Основи рекламної діяльності в туризмі [Текст] : навч. посібник / Н. І. Ведмідь [и др.] ; Київський національний торговельно-економічний ун-т. - К.: КНТЕУ, 2007. - 103 с.
8. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу [електронний ресурс] // Бібліотечний вісник — 2012. — Режим доступу до журналу: http://tourlib.net/books_green/dmytruk1
9. Маруняк Є.О. Нові інструменти забезпечення сталого розвитку туризму – важливого чинника збалансованого розвитку регіонів України / Є.О.Маруняк, С.А. Лисовський. – Матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції (1-2 листопада 2012 р., м. Черкаси) «Туризм і гостинність в Україні. Стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку», с.72-83.
10. Німецька туристична спілка : <http://www.deuschertourismusverband.de>.
11. Загальнонаціональний конкурс : <http://www.bundeswettbewerb-tourismusregionen.de>.
12. Обласна державна адміністрація, Черкаська обл. : <http://www.oda.ck.ua/index.php?lng=ukr§ion=9&article=17>.
13. Історія цивілізацій : <http://mestectvo.com>.
14. Незабутня Україна : <http://ukrainainkognita.org.ua/category/cherkaska-oblast/>
15. Туристична фірма «Унікальна Україна»: <http://uu-travel.com/lang/ua/tour/id/po-slidax-paralelnogo-svitu-taemnici-holodnogo-yaru-288/>
16. Туристичний оператор «Від краю до краю»: <http://k2k.org.ua/index.php/ck-menu/subotiv>.
17. Туристичний клуб «Ростра»: <http://rostra.com.ua>.
18. Веломаршрути : <http://velorout.com.ua>
19. Туристичний оператор «Супутник» : <http://www.sputnik.ck.ua/?module=Content&method=show&id=369>
20. Туристичний оператор «НАМІ» : <http://namitours.com/nashy-tury/tini-zabutih-predkiv-25>.
21. Ресторанно-готельний комплекс «Дикий хутір»: <http://hutirbuda.com>.
22. Інститут природничих наук, Національний університет ім. Б. Хмельницького : http://ipn.cdu.edu.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=36:-q-2011q&catid=1:latest-news&Itemid=2
23. Простір Черкащини : <http://prostir.ck.ua/>
24. Обласний державний телеканал «ВІККА»: <http://vikka.ck.ua/ua/news.php?bl=1&pid=6&view=5059>.
25. Народ ua : <http://narodua.com/kultura/velotur-cholodnym-jarom-ukotre-doviv-potrebu-stvorennja-natsionalnoho-pryrodoho-parku.html>