

Теория и практика управления

УДК 338.48

ГРОМАДСЬКІ ОБ'ЄДНАННЯ - СКЛАДОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ТЕРИТОРІЙ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Гудзь М.В.

У роботі детально аналізується польський досвід створення й функціонування Гданьського агротуристичного товариства. Визначено основні етапи організації Агенцій регіонального розвитку організаційного забезпечення реалізації соціального потенціалу курортно-рекреаційних територій.

Ключові слова: *регіональна економіка, курортно-рекреаційна територія, потенціал, туристсько-рекреаційний потенціал, природно-рекреаційний потенціал, туризм.*

Однією з основних тенденцій, характерних для сучасного туризму, є розвиток альтернативних видів туризму, що не загрожує навколишньому середовищу і використовує достоїнства культурної спадщини і природної різноманітності.

Агротуризм у нашій країні це зовсім не нове явище. Ще багато років тому популярно було приймати гостей у сільських господарствах. Дачники, відпустка під грушею - це поняття, добре знайомі всім і в місті й у селі. Сьогодні агротуризм дає можливість поліпшення економічної і соціальної ситуації в селі. Створення нових робочих місць, крім сільськогосподарських, і в той же час міцно пов'язаних із сільським господарством, зменшує безробіття в сільському середовищі, розширює пропозицію роботи на біржі праці і детермінує зростання у сільському господарстві і галузях його інфраструктури. Однак, щоб сільський туризм розвивався інтенсивно і правильно, необхідне співробітництво влади гміни з її жителями, повітів із гмінами, воєводств із повітами і центральною владою, і на кожному рівні співробітництво з підвідомчими органами.

Питання реалізації туристичного потенціалу природних приморських територій розглядалися у роботах Ялінік М. [1], Легеніс Х. [2], Сажиньська А. [3], Шнайдер М., Пшезборська Л [4], Вятрак А. [5]. Організаційно-правові аспекти формування організацій домогосподарств для надання послуг проживання, харчування тощо став предметом досліджень польських вчених Овсяк Я., Северняк Я. [6], Сікорська Г., Кайшчак В. [7], Вернер З. [8]. Разом є тим, досліджень зарубіжного досвіду поетапного підходу до розбудови Агентств громадян для самоорганізації у наданні послуг туристам з метою використання в українських реаліях бракує.

Мета статті – визначення можливостей впровадження на українських теренах зарубіжного (польського) досвіду діяльності організацій громадської дії, спрямованих на підвищення ефективності реалізації соціального потенціалу курортно-рекреаційних територій на прикладі коси Хел і Поморського узбережжя Республіки Польща.

Виклад основного матеріалу дослідження. Людський потенціал означає здатність, можливість і спроможність до відтворення, власного саморозвитку людини й свідомого управління сукупним потенціалом території. На основі проведених досліджень автор визначає основними структурними компонентами людського потенціалу наступні види потенціалів:

соціальний – потенціал людини в межах окремих страт, соціальних груп; можливості й здатності участі у господарській діяльності, соціальному житті територіальної громади, регіону, країни; демографічний – статеві-віковий потенціал, потенціал соціуму до біологічного відтворення; громадський – здатність особи і громади виступати співорганізованим товариством, виробляти власні колективні територіальні інтереси, формувати мету розбудови життєвого простору, організовувати інститути їхнього самовиразу та розробляти і впроваджувати шляхи й механізми досягнення цілей;

духовний – потенціал внутрішніх переконань людини і соціуму, світогляду людини і соціуму; віра; освітній – потенціал освіченості людини і суспільства, накопичення і використання знань, умінь, навичок;

інтелектуальний – здатність продукувати інтелектуальний (інноваційний) продукт;

культурний – потенціал дотримання загально-етичних людських і цивілізаційних цінностей буття, світоглядний, етичний, естетичний потенціал;

професійно-кваліфікаційний – потенціал якості робочої сили.

Дослідники суспільно-господарської діяльності сприймають агротуризм, як важливий багатофункціональний фактор розвитку села, працівники сільського господарства – як можливість одержання додаткового доходу, городяни – як здоровий відпочинок у міру скромних фінансових можливостей. Коло прихильників агротуризму в Польщі розширюється з кожним роком. У різних регіонах країни спонтанно зароджуються агротуристичні підприємства. Усе більша зацікавленість надання туристичних послуг у приватних господарствах особливо помітна у тих районах, де є низьким рівень розвитку сільського господарства. Сильне розділення сільських господарств, низька ціна сільськогосподарській продукції і труднощі зі збутом своєї продукції, схилиють селян до пошуків альтернативних джерел прибутку. Рішення деяких селян зайнятися туристичним бізнесом іноді є результатом їхніх уважних спостережень місцевого туристичного ринку.

Розбудова та забезпечення діяльності Агенцій регіонального розвитку, галузево-виробничих товариств на кшталт Регіонального товариства туризму і курортів тощо виступають організаційним засобом реалізації соціального потенціалу курортно-рекреаційної території (КРТ). Розвиток сільського туризму на території колишнього Гданського воєводства розпочався з 1992 р., коли Гданський Центр Сільськогосподарської Ради (ГЦСР) запропонував створити Гданське агротуристичне товариство (ГАТ) - першу такого роду організацію в Польщі в масштабах воєводства, що об'єднала у своїх лавах 55 квартировласників [9]. Гданське агротуристичне товариство займало одне з найважливіших місць у планах ГЦСР. Одночасно з плануванням роботи проходив пошук інформації, зокрема в країнах Західної Європи. Отримані знання стали методичною основою для розробки програми розвитку агротуризму на території колишнього Гданського, а тепер Поморського воєводства.

Перед працівниками Центру Сільськогосподарської Ради стало важке завдання. По-перше, потрібно було знайти відповідних землеробів і переконати їх до спрямування інвестицій, спрямованих на агротуристичний сектор сільськогосподарської економіки – на пристосування кімнат і господарства до прийому гостей. По-друге, важливо було, щоб окремі господарства усвідомили, що діючи поодиночки, вони не зможуть утриматися на конкурентному туристичному ринку.

По-третє, вкрай потрібно було вийти на потенційних споживачів туристичних послуг, зацікавити їх новими послугами і завоювати їхню довіру. З поглядів на обмеження фінансових засобів, інформація про нову форму туризму дійшла розуміння у окремих господарствах. Промоція була проведена в невеликому обсязі, а її продукт був далекий від ідеалу. В інформаційно-рекламних цілях був виданий на чотирьох мовах професійний каталог „Польське село запрошує”, також інформаційні брошури. Одна з них - „Агротуристичний довідник” складена працівниками ГЦСР Б.Діттріх і Д.Слукбик. Починаючи з першого року діяльності Гданське агротуристичне товариство приймало участь виставках туризму у своїй державі і за кордоном.

Щоб підвищити якість пропонованих послуг, стало необхідно проведення занять і підготовчих курсів, що охоплювали такі теми, як – архітектура та дизайн кімнат для проживання та інших функцій, оформлення інтер'єра, культура спілкування з гостями й основні норми гігієни при організації харчування, збереженні і продажі продуктів та виробів із місцевої сировини, сувенірної продукції.

Протягом першого року своєї діяльності Гданське агротуристичне товариство об'єднало 55 членів-засновників, що у цілому прийняли 220 туристів. У наступному, у 1994 р. кількість об'єднаних здавачів житла зросла до 73, а загалом протягом першого десятиріччя їхня чисельність коливалася і наразі зросла до 100 осіб, а нині до 156 учасників, які представляють інтереси приватних домогосподарств та їхні родини.

З травня 1996 р. ГАТ увело нову традицію – „Святкове відкриття агротуристичного сезону”, що організувалося в основному серед членів Гданського агротуристичного товариства у садибах, де

гостювали туристи. У заході приймало участь майже 1500 осіб. На подібних розважальних та ділових зустрічах аналізувався досвід досягнення ГАТ, презентувалась культура регіону, зокрема народності кашубів, специфіка прийому гостей із заходу, визначалися та відзначалися кращі агротуристичні садиби. Урочисте відкриття сезону стало регулярним заходом, хоча його характер небагато змінився. Проводяться науково-практичні та технологічні конференції, що їх організує Воєводський Центр Сільськогосподарської Ради Гданьська за сприяння Гданьського агротуристичного товариства. Кожен із учасників має можливість приймати участь у викладі теми й у дискусіях з проблем розвитку та трансформації сільського туризму. Цього року темою конференції було: „Туризм як фактор відродження села”. У роботі конференції приймали участь науковці вищих навчальних закладів, члени агротуристичних об'єднань, представники Польської Федерації Сільського Туризму.

Поради і допомога в організації мініготелів і їхній модернізації чи пристосування старого будинку (приміщення) на туристичні цілі – просто необхідні кожному, хто хоче зайнятися агротуристичним бізнесом, хто є зацікавлений у підготовчих заняттях з агротуризму й у консультаціях, кваліфікованій допомозі членів правління Гданьського агротуристичного товариства. Приналежність до товариства приносить багато користі, насамперед з поглядів методичних. Знання на тему благоустрою садиби, оснащення кімнат і подібна інформація необхідні для того, щоб розпочати агротуристичну діяльність.

Для членів ГАТ систематично проводять заняття, на яких інформують про всі юридичні процедури, закони і правила. Приналежність до агротуристичного товариства працівників сільського господарства, що у туристичних цілях здають не більш п'яти кімнат, гарантує їм, згідно із законом, звільнення від сплати прибуткового податку. Для них не є обов'язковою реєстрація приватного підприємства у відповідних органах, а тільки повідомлення гмінної або міської ради про початок цього роду діяльності. Ця юридична форма, безсумнівно, є сприятливим фактором розвитку сільського туризму, дуже корисна для усіх власників міні-готелів, що проводять агротуристичну діяльність.

Дії і досягнення Польської Федерації Сільського Туризму „Гостинні господарства” можна звести до наступних результатів.

1. Створена і здійснює стандартизацію послуг і визначення категорії сільської готельної бази, що відображає якість пропонованих послуг у агротуризмі і сільському туризмі, і дозволяє власникам, членам федерації, використовувати фірмовий знак Федерації разом із усіма можливостями, які звідси випливають:

- розміщення матеріалів у довідниках в рубриках, що позиціюються за ознаками територіального зосередження, цінкових пропозицій, рівня комфортності та додаткових атракцій, платних послуг тощо;
- поширення пропозицій польських агротуристичних господарств за допомогою інформаційних Центрів еміграції у всіх країнах, над усе у країнах Євросоюзу; а також в польських посольствах країн світу;
- видання інформаційно-рекламних буклетів, бюлетенів англійською і німецькою мовами для закордонного клієнта;
- популяризація міні-готелів визначеного стандарту, збільшуючи вірогідності агротуристичної діяльності і туризму;
- закріплення у свідомості клієнта товарного знаку, що асоціюється з гарним обслуговуванням.

2. Асоціація представляє відносини суб'єктів сільського туризму: органів державної адміністрації і громадських регіональних організацій, інших туристичних організацій, а також підприємств і сільськогосподарських організацій, як у масштабах регіонів, так і поза ними, а саме: співпраця з Міністерством економіки, Міністерством сільського господарства і розвитку села, з Посольствами і консульствами інших країн, до компетенції яких відноситься регулювання юридичних питань щодо сприяння агротуристичній діяльності.

3. Асоціація діє з метою розвитку, промоції, інформації і реклами сільської готельної бази в країні і за кордоном, і робить усе, щоб домогтися суспільно – корисних ефектів за допомогою:

- розміщення інформації про телефони й адреси Союзів у польських видавництвах, таких як „Туризм у гміні і повіті”, „Подорожка”, „Відпочинок у Польщі”, „Нове Європейське село”, „Довід-

ник виставок”, телегазета; і в закордонних : ”Туристичні вісті” - голландське видання, ”Тиждень Польщі в Лондоні”, ”Панорама в Чикаго” та інші;

- промоції на польських і закордонних виставках при особистій участі Федерації або агротуристичного товариства. Однією з найважливіших завдань Федерації є участь на виставках ЕХРО у Ганновері, в Торонто у Канаді і ”Літо у Варшаві”, де у 2003 році на території 1000 м кв. Було представлено агротуризм і сільський туризм разом із проведенням допоміжних культурно-інформаційних та розважальних заходів;
- розміщення власної пропозиції (оферти) в інтернеті за адресою: www.agroturystyka.pl, де можна знайти багато цікавого матеріалу за даною тематикою;
- створення інтернет-магазину та продаж послуг агротуризму і сільського туризму через інтернет.

4. Контролює використання і веде боротьбу зі зловживаннями свого фірмового знаку, назви й іншої фірмової атрибутики з приналежності до Польської Федерації Сільського Туризму ”Гостинні господарства”. Логотип і товарна марка запатентовані, тому користуватися ними можна тільки згідно зі статутом і тільки з дозволом ПФСТ ”Гостинні Господарства”.

5. Прагне до об’єднання всіх організацій, що займаються сільським туризмом, шляхом:

- щорічної організації циклу занять, на які запрошуються представники кожної організації, що має вплив на інтеграцію дій з розвитку туризму”;
- розробки та реалізації місцевими відділами разом із ГАТ промоції у заходах, що пропагують переваги відпочинку в польському селі.

6. Проводить спільну промоцію, рекламу і продаж агротуристичного продукту, у тому числі видання брошур і каталогів, наприклад: циклічне видання ”Агротуристичного Атласу Польщі” (польською, англійською і німецькою мовами), ”Агротуристичної карти Польщі”; циклічної участі на виставках.

7. Створює базу даних про бронювання місць, для чого була створена комп’ютерна база даних про об’єктів, об’єднаних у Федерацію, а також про тих, які тільки починають приступати до продажу своїх послуг.

8. Піклується про створення продукту визначеної якості за рахунок проведення чисельних курсів і агітує послугодавачів створювати продукти високої якості. Більшість ГАТ приймають у свої ряди підприємців, які на своїх господарствах пропонують послуги відповідно до Закону Польщі „Про туристичні послуги”.

9. Сприяє збереженню традиції і культури в сільських районах Польщі і забезпеченні та утриманні у відповідному доглянутому стані оточуючого середовища, що є місцем проживання та життєдіяльності сільського населення. Кожен курс занять закінчується виїзними лекціями, метою яких є відображення можливості збереження традицій в архітектурі об’єктів, приготовлених для прийому гостей, використання і пропагування культурних багатств даного регіону.

10. Прагне щоб сільські території стали альтернативою масового відпочинку, для чого на всіх зустрічах, у засобах масової інформації і виставочних заходах підкреслюються своєрідні переваги сільських помешкань та сільські артакції, пов’язані із природним. Культурним, історичним надбанням.

Аналізуючи анкетні дані зібрані Гданьським агротуристичним товариством, доходимо висновку, що найвагомим впливом на рішення підприємців зайнятися агротуристичним бізнесом стало бажання одержувати додаткові доходи. Цей мотив виявився провідним для 60,5% респондентів.

Найбільш популярні капіталовкладення в селі - це будівництво великого будинку на кілька родин. Інвестування в агротуристичний бізнес в цьому випадку є прекрасною ідеєю для використання існуючої бази помешкань та будинків, на що вказали 20,9% респондентів. Багатьох жителів сіл і провінційних міст заманила краса сільської природи і тому 9,3% опитуваних третьою причиною назвали привабливе місце розташування господарства. З інших причин була ще названа можливість продажу своїх продуктів.

Розвиткові агротуризму сприяє зростаюче переконання селян про необхідність колективних дій. Це сприяє розширенню туристичних послуг, забезпечує кращу охорону особистих інтересів, дає можливість більш широкої дії промоції. У регіонах із потужним туристичним потоком створилися об’єднані організації селян, що займаються або готових зайнятися агротуристичним бізнесом. Вони поступово беруть на себе промоцію і дистрибуцію агротуристичних послуг разом з відпові-

дальністю за якість. Поступово починає розвиватися торговельна мережа агротуристичних послуг. З великих міст до місцевих пунктів продажу послуг відпочинку в селі набирає обертів ринок продаж. Ринок формується там, де є якісна пропозиція, а успішним стає тоді, коли зароджується високий попит. Розвиток сільського туризму та агротуризму у Польщі набирає силу та стає важливим фактором формування економіки приморських регіонів.

Україна має і повинна використовувати кращий зарубіжний досвід в реалізації потенціалу курортно-рекреаційних територій (КРТ). Так, у стратегії розвитку приморських районів Запорізької області – Бердянського, Приморського, Приазовського, Якимівського – розроблено в межах концепції розвитку курортно-рекреаційних територій комплексну програму розвитку туризму й рекреації. Вона базується на функціонуванні мережі туристичних маршрутів та створенні відповідною інфраструктури за національно-культурною ознакою, а саме: започаткування діяльності у кожному із районів зелених садів місцевого населення – греків, болгар, євреїв, татар, німців, чехів, об'єднавши їх однією інформаційною, організаційною, комунікативною мережею та включивши до туристичних маршрутів запорізьких, маріупольських, бердянських, мелітопольських туроператорів.

Культура управління у регіоні проявляється в усвідомленні пріоритетів інтересів мешканців територіальних громад приморських курортно-рекреаційних територій та необхідності спільного вирішення комплексних завдань: освоєння рекреаційних територій, берегоукріплення, екологічні програми тощо. Організаційно-управлінським забезпеченням партнерства регіонів стало створення Ради регіону, куди входять голови райдержадміністрацій, голови районних Рад. При Раді створено секретаріат для постійного регулювання діяльності з числа громадських діячів науковців, адміністративних працівників, підприємців рекреаційного бізнесу.

ВИСНОВКИ

Для України важливим є наступні результати дослідження й рекомендації: 1. створення домашніми господарствами громадських об'єднань з метою надання послуг туристам у курортних приморських регіонах виступає організаційно-правовою формою самоорганізації мешканців територіальної громади, а також є інституційною формою місцевої економіки, домашніх промислів. 2. В основі організації Агентств (Товариств) регіонального розвитку знаходиться соціальний потенціал мешканців громади, кумулятивна дія їх особистих економічних інтересів, що спонукає до створення об'єднаних структур та реалізації вигод інтеграційних форм співпраці. 3. Роль місцевих органів влади у розбудові місцевої економіки зводиться до інформаційно-промоційної роботи з вияву лідерів серед домогосподарств, здатних легалізувати діяльність з надання туристичних послуг проживання, харчування; визначення переваг колективної співпраці; формування законів локальної дії, регулюючих право-господарські відносини між товариствами і владою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Jalinik M., Agroturystyka na obszarach przyrodniczo cennych, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2002.
2. Legienis H., Baza agroturystyczna w kraju i regionach, Instytut Turystyki, Warszawa 2002.
3. Sarzynska A., Rola agroturystyki w rozwoju przedsiębiorczosci na wsi, „Biuletyn euro info dla małych i średnich firm”, styczeń 2003, nr 1 (51).
4. Sznajder M., Przezborska L., Agroturystyka, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006.
5. Wiatrak A.P., Baza agroturystyczna w Polsce i uwarunkowania jej rozwoju, Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej im. H. Kollataja w Krakowie nr 402/2003.
6. Owsiak J., Sewerniak J., Wykorzystanie obiektów indywidualnego zakwaterowania w 2001 r. (kwatery agroturystyczne, pokoje gościnne), Instytut Turystyki, Warszawa–Toruń 2002.
7. Sikorska G., Kajszczak W., Kwatera agroturystyczna. Praktyczny poradnik, PARP, Warszawa 2001.
8. Werner Z., Zasoby bazy noclegowej w Polsce w 2002 roku będące w ewidencji zarządów gmin, Instytut Turystyki, Warszawa 2002.
9. Mozejko W. Analiza działalności Gdańskiego Stowarzyszenia Agroturystyki, praca dyplomowa, Warszawa.- 2004.- s.24-25.