

Региональная Программа ТАСИС Европейского Союза

Комплексное использование земель Евразийских степей

Технический отчет: Мероприятие 1.2.4 b
(Technical Report: Activity 1.2.4 b)

Стратегия развития сельского туризма для
северо-восточной степи Луганской области
*(Rural Tourism Strategy for the Lugansk Oblast
North-East Steppe Region)*





Этот проект финансируется
Европейским Союзом



Проект осуществляется компанией
Euroconsult Mott MacDonald совместно с ICF

Текст данного отчета не обязательно или не в полной мере отражает официальное мнение
Европейского Союза.

КОМПЛЕКСНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗЕМЕЛЬ ЕВРАЗИЙСКИХ СТЕПЕЙ

ПРОГРАММА РЕГИОНАЛЬНЫХ ДЕЙСТВИЙ TACIS 2004: КОМПОНЕНТ «БИОРАЗНООБРАЗИЕ»

**Технический отчет: Мероприятие 1.2.4 b
(Technical Report: Activity 1.2.4 b)**

Rural Tourism Strategy for the Lugansk Oblast North-East Steppe Region

(Стратегия развития сельского туризма для северо-восточной степи Луганской области)

EuropeAid/124907/C/SER/Multi/5

Украина, Молдова и Западная часть России

Содержание

1	Вступление	7
1.1	Содержание отчета	7
1.2	Термины и определения	7
2	Условия для туризма, инфраструктура и аттракции	9
2.1	Условия для туризма и инфраструктура	9
2.1.1	География	9
2.1.2	Климат	9
2.1.3	Транспортное сообщение	9
2.1.4	Места для расселения.....	10
2.1.5	Рестораны и места питания.....	10
2.2	Туристические аттракции	10
2.2.1	Культурные достопримечательности	10
2.2.2	Луганский природный заповедник	10
2.2.3	Усадьба Докучаева	11
2.2.4	Конезаводы	12
	Школа верховой езды в Луганске.....	14
2.3	Обзор рынка услуг и аттракции	16
3	Рынки и достижения рынков.....	19
3.1	Информация о рынке.....	19
3.2	Входящие туроператоры и агентства путешествий	19
3.3	Ассоциация содействия развитию сельского зеленого туризма	21
3.4	Управление области.....	22
3.5	Потенциальный продукт – комбинации рынка.....	23
3.5.1	Активности.....	24
3.6	Целевые группы.....	25
4	Анализ преимуществ, недостатков, возможностей и угроз (SWOT - анализ).....	26
4.1	Преимущества.....	26
4.2	Возможности	27
5	Программа стратегии и приоритетов по развитию сельского туризма	28
5.1	В направлении разработки стратегии сельского туризма	28
5.2	Программа приоритетов по развитию сельского туризма	29
5.2.1	Рыночный профиль и исследования	30
5.2.2	Развитие сектора услуг по проживанию в сельском секторе	30
5.2.3	Разработка маршрутов и экскурсий.....	32
5.2.4	Развитие конного туризма.....	32
5.2.5	Маркетинговая стратегия и разработка рекламных материалов.....	33

Приложения.....	36
Техническое задание (развитие сельского туризма - Северо-восточный степной регион Луганской области)	36
Техническое задание (развитие конного туризма в северо-восточном степном регионе Луганской области). Проект.....	39

1 Вступление

1.1 Содержание отчета

Данный отчет подготовлен в рамках проекта ЕС «Комплексное использование земель евразийских степей», целью которого является управление и восстановление степных территорий путем активного вовлечения различных секторов деятельности местного населения в этот процесс с целью дальнейшего экономического развития степных и окрестных регионов. И сельский туризм в этой связи – одна из основных возможностей комбинации сохранения степей и экономического развития территории.

В этом отчете приоритетным был определен северо-восток Луганской области для рекомендаций к созданию стратегии туризма.

1.2 Термины и определения

Туроператор

Организация, специализирующаяся на подготовке туристического пакета для прямой продажи или через турагентов клиентам.

Турагент

Организация, которая в основном продает туристический пакет туроператора и билеты заказчику.

Направление путешествия

Страна, регион или направление, которое посещают туристы во время отпуска или выходных дней или с целью бизнеса и исследования.

Внутренний туризм

Внутренние туристы – жители страны направления, но не территории направления.

Продукт

Природное, культурное или сопоставимое с деятельностью человека качество (достояние), сделанное доступным для посещения туристов с помощью конкретных удобств или услуг.

Туристический пакет

Туристический продукт, такой как тур или комплекс услуг по подготовке, как определяется в брошюре по туризму. Обычно представляет собой комбинацию услуг по транспортировке, размещению, питанию, развлечениям и экскурсиям.

Входящий и прибывающий туроператор

Туроператор на направлении, которое получает туристов от исходящего туроператора в источнике страны путем прямого заказа (обычно через Интернет или входящего туроператора).

Исходящий и экспортирующий туроператор

Туроператор в стране-источнике туристов, отправляющий туристов в направлении зарубежья.

Устойчивый туризм

Можно определить как туризм, который соответствует запросам туристов и возможностям принимающих регионов с учетом повышения таких возможностей в будущем. Это обдуманное и передовое управление, которое касается всех источников экономических, социальных и эстетических ценностей с точки зрения их социальной и культурной целостности, жизненно важных экологических процессов, биоразнообразия и систем жизнеобеспечения. Устойчивый туризм - это управленческий подход, применимый как к массовому туризму, так и к мелко-масштабному экотуризму.

Туризм, ориентированный на природу

Туризм, который основывается на природном потенциале и часто фокусируется на мероприятиях природной среды, таких как прогулки, сафари, горный туризм, водный туризм (сплавы по рекам), катание на лошадях, катание на лыжах и т.д.

Экотуризм

Туризм, ориентированный на природные ресурсы, и включает образовательные и информационные аспекты знаний об окружающей среде, и направлен на то, чтобы внести свой вклад в социальные и экономические преимущества для местных общин, демонстрируя экологическую устойчивость.

Зонирование

Деление территории на специфические зоны с определенными целями, которое основывается на оценке физических и социальных пропускающих способностях, а также их туристическом потенциале. Зоны, в которых нет или разрешено только одно ограничение, обеспечивают оптимальное сохранение окружающей среды.

Пропускная способность

Максимальный уровень туризма в регионе без нанесений ущерба природным или социо-культурным окружениям или опыту посетителей, или туристической привлекательности объектов/территорий. Пропускная способность отличается динамичностью, так как может варьироваться: на протяжении года (например, в период размножения скота), или в результате планирования, или же других факторов, физического развития. Пропускную способность часто разделяют на такие подуровни:

- Экологическая пропускная способность: максимальный уровень туризма, при котором не наносится ущерб окружающей среде.
- Психологическая пропускная способность: максимальный уровень туризма, который не уменьшает опыта посетителей или привлекательности туристических аттракций.
- Социо-культурная пропускная способность: максимальный уровень туризма, который не наносит ущерба социо-культурному окружению.

SWOT - анализ

Аналитический инструмент, который помогает дифференцировать сильные и слабые стороны, угрозы, возможности предлагаемой стратегии.

2 Условия для туризма, инфраструктура и аттракции

Успешное развитие сельского туризма значительно зависит от наличия и доступности к интересным объектам (источникам) природы и культуры, которые будут описаны в параграфе 2.1. Оно также зависит от наличия профессионального сектора туризма и инфраструктуры (см. параграф 2.2.).

2.1 Условия для туризма и инфраструктура

2.1.1 География

Луганская область расположена на востоке Украины и граничит с Россией. Общая площадь области составляет 26,7 тыс. кв. км (4,4% площади Украины) квадратных километров. В настоящее время население области насчитывает 2673,8 тыс. человек (5,3% населения Украины) миллионов, из которых 2309,1 тыс. человек (86,4%) проживает в Луганске – столице области. Юг области характеризуется высокой степенью развития промышленности в основном из-за распространенной добычи угля и наличия угольных шахт. Северная часть имеет достаточно низкую плотность населения и здесь нет такой ведущей отрасли промышленности как на юге области.

2.1.2 Климат

Климат Луганской области континентальный с жарким устойчивым летом и относительно холодными зимами.

2.1.3 Транспортное сообщение

Дорожное сообщение в области довольно развитое и достаточное для транспортировки туристов в различные регионы по интересам.

В самом Луганске доступны такие форматы как индивидуальная аренда машин туристами (с водителем или без водителя), частные машины и микроавтобусы.

Входящие туроператоры могут обеспечивать транспорт (автобусы, лодки) для туристических экскурсий.

Общественные автобусы сообщают основные города и деревни области, но качество и уровень комфорта автобусов достаточно низкий, кроме того количество обслуживания автобусами за день ограничено.

Железнодорожное сообщение на северо-востоке области отсутствует.

2.1.4 Места для расселения

В северо-восточном подрегионе области доступны такие места для расселения:

Меловое	50 койкомест
Старобельск (центр области)	60 койкомест
Станица Луганская	38 койкомест
Беловодск	18 койкомест

Кроме того, насчитывается 4 частных гостевых домика типа Bed & Breakfast, где могут остановиться туристы.

Беловодск:	1
Меловое:	3
Марковка:	1
Станица Луганская	2

В основном в них останавливаются люди из Донецка, Луганска, Киева. Преимущественно студенты и научные работники. Большинство такого типа гостевых домов или гостиниц имеют ограниченные возможности для группового расселения, т.к. группы предпочитают оставаться вместе.

В целом отмечается нехватка мест для расселений в сельской местности (в округе районных центров). Кемпингов (мест для палаточных городков) или туристических баз в в этой части области тоже нет.

2.1.5 Рестораны и места питания

Наличие профессиональных ресторанов в регионе ограничено. На различных конезаводах и фермах, которые можно посещать, нет возможности заказывать еду. При необходимости, помочь в организации пикников и завтраков могут члены Ассоциации сельского зеленого туризма.

2.2 Туристические аттракции

2.2.1 Культурные достопримечательности

В Беловодске находится известная церковь (Храм Святой Троицы) и древние курганы.

2.2.2 Луганский природный заповедник

Луганский заповедник – единственный заповедник в Луганской области.

Заповедник делится на две зоны:

Заповедную или зону неприкосновенности, которая строго охраняется и выполняет научную функцию.

В буферной зоне, которая окружает основную территорию, комбинируются охрана природных ресурсов и ограниченная деятельность человека.

Главная достопримечательность заповедника – это колонии степных сурков – байбаков. Для любителей природы особенно во время периода цветения (весна, лето) особый интерес составит степная растительность (пионы-воронцы, ковыль).

Доступ к заповеднику

Заповедник можно посещать по предварительной договоренности. Политика активного привлечения экскурсантов в Заповедник отсутствует. Приоритеты отдаются охране природы и для научных целей. В любом случае повышение осведомленности и образование – это одна из задач заповедника. Вход в заповедник бесплатный.

Информация для посетителей и услуги экскурсоводов

Штат заповедника не получал специальных навыков (тренингов) по сопровождению посетителей или оказанию первой медицинской помощи. Иностранными языками сотрудники заповедника практически не владеют. Сотрудники заповедника могут провести экскурсии по запросу. Стоимость услуг 4-5 часового сопровождения группы сотрудником заповедника составляет ориентировочно 10 гривен/чел. Специальных стандартов организации экскурсионной программы также не существует, поэтому такое сопровождение базируется на специфике интересов самой группы.

На территории или в районе заповедника не наблюдается никаких информационных стендов, тем более информационных центров. Небольшой информационный центр только планируется к созданию в главном офисе заповедника в 30 километрах к северу от Луганска. Такое размещение нельзя назвать удачным, т.к. оно не находится на главном пути туристов и лежит в 100 км от самого заповедника.

Посещения

Заповедник посещают не часто. Он был гораздо популярнее во времена СССР. В силу экономически неблагоприятной ситуации и отсутствия поддержки со стороны государства на организацию экскурсионной деятельности количество экскурсантов значительно уменьшилось. Например, в 2007 году было организовано всего 4 экскурсии для 120 участников. Они были направлены организаторами экскурсий из Луганска. В основном это были семьи – любители природы. Одна из групп, к примеру – это работники электростанции, для которых была организована коллективная поездка. В 2008 заповедник принял 3 экскурсии по 20 – 40 человек.

Редко когда заповедник посещают международные группы. В основном это случается с научной целью. Например, в 2008 заповедник посетил ботаник из Польши. В июле – 3 ученых из Киева.

Маршруты (дороги)

Управляющие заповедником не приветствуют маршруты в зоне – «ядре» заповедника. Вполне возможно организовать хорошие обзорные маршруты по буферной зоне вдоль территории Заповедника, откуда его территория хорошо просматривается, включая древние курганы (могилы). Байбаки, возможно, станут одним из самых интересных открытий для посетителей, их также довольно легко увидеть с буферных зон. Так как посетителей немного, наилучшим образом им посещать территорию заповедника с гидом из местных, который хорошо знает эту территорию.

2.2.3 Усадьба Докучаева

Недалеко от Беловодска сохранилась старая вилла (1918), в которой жил известный ученый – исследователь Константин Докучаев. В саду в его честь стоит небольшой монумент. В настоящий момент усадьба и ее окрестности окружены 90 гектарами леса, 12 гектарами степи, принадлежащими лесничеству. Эта охранная зона имеет статус заказника. Вокруг усадьбы высажены три сада, в которых представлено более 220 видов деревьев. Эта территория в силу нехватки средств несправедливо забыта. Рядом с постройками усадьбы живут люди – работники лесничества, в основном пенсионеры. Их быт и хозяйственная деятельность на граничащей с усадьбой территорией не всегда гармонирует

со статусом усадьбы, а иногда даже бывает конфликтной для общественных организаций, присматривающих за усадьбой.

На территории усадьбы представлен музей локальной экосистемы – степи – который основан на исследованиях Докучаева. Музей был основан местным энтузиастом в 70-80хх гг. За исключением комнат для экспозиции, большинство комнат усадьбы не используются. Во времена СССР в помещении усадьбы находился офис лесничества. Тогда усадьбу часто посещали студенты со всего СССР.

Пани Вера Андреевна из местной общественной организации «Первоцвіт» ищет поддержку своей идее использовать усадьбу и ее территории как базы для образовательного центра для студентов и волонтеров. Опираясь на доступные постройки усадьбы и обустройство территории, такая идея вполне могла бы быть реализована. В лесу можно было бы организовать небольшой лагерь. Существующую экспозицию можно было бы обновить возможно даже совместно с Луганским природным заповедником. Эту идею поддерживает и директор заказника. В любом случае прежде необходимо отремонтировать здания. Раз в год, в июле, дети из окрестностей посещают усадьбу во время празднования «Дня байбака», инициированного Верой Андреевной.

2.2.4 Конезаводы

Историческое прошлое этого региона тесно связано с историей конной отрасли царской России. Четыре из шести государственных конных заводов России находились в Луганской области, все в радиусе 25 км, в северо-восточной части нынешней Луганской области. В рамках миссии эксперта состоялось визиты на 3 конезавода из 4:

- Новоалександровский (Беловодский район)
- Деркульский (Беловодский район)
- Лимаревский (Беловодский район)
- Стрельцовский (Меловской район)

Деркульский конный завод

Основан в 1767 Катериной II с целью обеспечения царской армии лошадьми и является самым старым в Украине и России. Конезавод занимает площадь 300 га, его земли граничат с лесом, включает несколько конюшен, помещение офиса и жилые постройки.

Еще 15 лет назад конезавод насчитывал 2.500 лошадей, сегодня осталось около 200 спортивных лошадей. Качество лошадей устойчивое, позволяет и сейчас конкурировать на международном рынке. Руководство конезавода хотело бы улучшить качество состава путем покупки качественных лошадей из Великобритании и Ирландии. В год продается около 50 голов лошадей по цене от 3 до 20 тысяч долларов. Количество лошадей остается постоянным. Покупатели – в основном из Киева, Москвы, Одессы, Луганска приезжают на конезавод для отбора лошадей. Лошади также продавались в Италию, Швецию, Польшу, Казахстан.

Недостаток инвестиций – одна из проблем, с которой столкнулся конезавод. Недостаточность квалифицированного персонала – тоже проблема конезавода; более чем 50 зрителей лошадей из региона выехали в Западную Европу.

Напротив школы в помещениях конезавода есть памятник Пастухову, первому русскому альпинисту; в его честь и названа школа. Пастухов родился 50 лет назад в семье потомственных коневодов.

Небольшой музей в одну комнату демонстрирует историю конезавода и успехи его лошадей на международных соревнованиях.

Посетители:

Количество посетителей конезавода с каждым годом растет. В 2007 конезавод посетили около 1000 человек. В июле 2008 – уже около 700. 80 % посетителей приезжают из Луганска в рамках организованных туров и экскурсий. Плата за вход составляет 10 гривен за взрослого и 8 грн за ребенка и включает экскурсию по территории конезавода, а также посещение музея с профессиональным гидом. Конезавод поддерживается национальным агентством по туризму через сетку бизнес-клубов, журналов, через гостиничную сеть в Луганске. Иностранцы посетители - из Франции, Бельгии, ЮК, США и Канады – преимущественно люди с корнями из Украины. Большинство туров приобретаются с помощью туроператоров, которые работают с Верой Андреевной Аннусовой. В регионе есть женщина, которая может обеспечить перевод на английский случае необходимости.

При желании посетители могут покататься на лошади. Стоимость одного круга- составляет 3 гривны. За катание на лошадях ответственный конюх. Небольшой буфет находится возле школы. По договоренности с Верой Андреевной в рамках экскурсии может быть организован пикник.

Александр Борисович Федоров, который работает гидом конезавода, написал книгу об истории конезавода. Книга была распродана, денег на переиздание нет. Туристы очень в ней заинтересованы. Ориентировочный просчет стоимости книги при тираже в 200 копий составляет на сегодняшний день 4.000 гривен.

Стрельцовский конный завод

Стрельцовский конный завод находится возле Беловодска. На заводе содержатся 200 лошадей. Помещения разделены на 2 части, старое монументальное здание 1887 года и более просторное помещение второй половины прошлого века. Частично завод приватизирован в 2007 предпринимателем из Луганска, срок действия контракта аренды - 15 лет. Приватизация и новые подходы в управлении улучшили и стабилизировали экономическое положение. На сегодняшний день это единственный приватизированный завод. Тенденция к улучшению сохраняется, так как спрос и интерес к лошадям у категории “новых богатых” растет, хотя много людей из Украины все еще покупают лошадей за границей, например в Словении. Стрельцовский конный завод ведет переговоры с конным заводом Великой Британии с целью купить двух чистокровных лошадей, которые распространены в этом регионе. В арсенале завода – множество наград с международных соревнований.

Музей конного завода посещают достаточно много людей, также его обычно посещают те, кто приезжает посмотреть конный театр, так как это по дороге к конному театру (Меловое). Завод заинтересован в организации конных туров по окрестностям. Председатель сельсовета Николай Голофаев, чья семья была задействована на конезаводе в продолжении четырех поколений проводит экскурсии для туристов и очень посвящен в возрождение традиций коневодства в регионе.

Конный театр

В небольшом городке Меловое работает уникальный конный театр. Всадники презентуют акробатическое шоу в традиционных казацких одеждах. Театр был основан в 2003 г-ном Гарбузом как частная инициатива. Позже он был взят на попечительство Луганского областного совета и работает как коммунальный объект культуры. Из 24 человек штата 15 - артистов-мастеров.

Театр также привлекает к работе детей из местной общины, они могут помогать в уходе за лошадьми и обучаться верховой езде. На сегодняшний день 18 детей принимают участие в программе театра на безоплатной основе. В театре работают 4 тренера, в принципе все артисты способны обучать людей верховой езде.

Представления организуются с апреля по октябрь каждые субботу и воскресенье один раз в день или по предварительной договоренности. Плата за вход составляет 25 грн. Статистика посещений

никогда не велась, но в среднем одно представление посещают от 50 до 100 человек. Театр не имеет четкой стратегии развития рынка, туристы приходят в основном с «подачи» агентств. Нет никакой рекламной продукции – ни постеров, ни листовок. Театр рекламируется в общетуристических путеводителях на уровне области. В основном посетители представлений – туристы из Луганска. Их транспортируют автобусами туристические агентства, т.к. расстояние с юга на север области порядка 150 км. Сегодня ведутся переговоры о переносе театра в Станицу Луганскую, которая находится всего в 20 км от столицы области. По договоренности театр может организовывать выездные представления. В 2007 таких представлений было проведено 18, включая визит в Словению.

Место, где содержатся лошади и где организовываются представления, арендуется и не создает привлекательного профессионального впечатления. И в этом директор тоже видит причину недостатка в деньгах. Артисты (полная занятость) находятся на полном государственном обеспечении – около 1085 грн в месяц (всего $24 \times 12 \times 1085 = 312.480$ гривен). Доход от организации представлений (включая выездные представления) составляет около 50.000 гривен в год (в 2007), доходы полностью уходят на закупку корма для лошадей. Очевидно, что театру не хватает финансирования. Вот уже 2 года театр безуспешно пытается получить 70.000 гривен на развитие инфраструктуры.

После представления посетители могут немного покататься на лошадях. Чтобы способствовать привлекательности туристов, недавно был приобретен верблюд, который пользуется большой популярностью среди гостей. С мая 2009 театр также хотел бы предлагать поездки на лошадях в степных окрестностях. Маршрут в 15 км в Луганский природный заповедник и обратно был уже разработан. В настоящий момент 7 лошадей доступны для совершения таких маршрутов (лошади, которые не задействованы в представлениях). Туры на лошадях будут осуществляться под руководством гида. Стоимость такого тура театром еще не была определена. Если все сложится, они будут первыми, кто предлагает туры верхом на лошадях в регионе.

Касательно возможностей получить навыки верховой езды - такие курсы не предлагаются для людей не из региона. Теоретически это возможно, но финансов не хватает и не совсем ясно, если к этому интерес у посетителей.

Из существующих возможностей по проживанию – здесь есть скромная студенческая гостиница, которой можно воспользоваться по необходимости.

Выводы:

Театр играет важную роль в культурном достоянии северного региона Луганской области и является фактором высокой степени привлекательности для усиления туристической идентификации Луганской области как «конного» региона. Поэтому настоятельно рекомендуется содержать театр в рамках северо-восточного региона области и комбинировать посещение конного театра вместе с посещением конезаводов региона.

Чтобы достичь эффекта синергии и улучшить условия и антураж театра, рекомендуется переместить театр на один из существующих конезаводов в регионе. Некоторые из этих конезаводов имеют прекрасные условия разместить театр и обустроить место для представления (например, Деркульский или Стрельцовский конный завод). Приспособления (возможности) конезаводов не используются до конца. Критическим моментом является то, что все конезаводы, на сегодняшний день остаются в государственной собственности, плохо финансируются и возможности инвестиции средств в их развитие ограничены.

Школа верховой езды в Луганске

Школа верховой езды была основана 50 лет назад и размещена на площади в 30 га в радиусе 4 км в районе Луганска; школа насчитывает 150 лошадей. На данный момент в школе 9 тренеров обучают около 230 студентов. В основном их тренируют для участия в конных соревнованиях и играх. Обучающий курс может длиться до 14 лет. В настоящий момент 4 спортсмена – воспитанника школы -- стали участниками международной команды (например, конные прыжки и дрессур). Занятие в школе с целью участия в соревнованиях бесплатное. С целью ознакомительной езды на лошадях час катания стоит 30 гривен. Количество людей, посещающих школу с целью катания, составляет порядка 50 человек.

Легальная платформа существования школы - общественная организация «Колос», которая финансово поддерживается государством. Последний раз инвестиционные вложения в школу были сделаны еще 8 лет назад.

Школа сотрудничает с различными конезаводами. Они приобретают лошадей с конезаводов, где проводят и обучающие занятия. Иногда школа приобретает лошадей из Бельгии и Германии. Приобретение, уход, выпас и продажа лошадей – основной источник дохода для школы. У школы есть свой конезавод на 90 лошадей. Школа заинтересована в выращивании и тренировке лошадей при сотрудничестве с конезаводами Западной Европы. Стоимость выращивания лошади в Украине составляет около 1 тыс. грн., а в странах Западной Европы стоила бы около 10 тысяч. Все больше и больше лошадей состоятельные люди отдают на содержание школе. Одна лошадь например оценивается в 230.000 евро.

В будущем они хотели бы инвестировать в создание ресторана или кафе. Директор школы уверен, что у конного туризма огромный потенциал, в частности он видит возможности для охоты на лошадях в районе Белокуракино. Проблемой на сегодняшний день является поиск хорошего персонала – более 200 специалистов из Луганской области работает в Нидерландах, Германии, Великобритании, Ирландии.

Выводы:

Школа верховой езды оставляет впечатление профессионального заведения с хорошей базой. Здесь есть перспектива роста местного рынка для коневодства и езды на лошадях. Деятельность школы слишком сфокусирована на предоставлении спортивного обучения на платной основе. Для увеличения доходов необходимо не замыкаться исключительно на спорте, а акцентировать внимание на езде на лошадях и обучению молодых людей получать удовольствие от общения с лошадьми.

2.3 Обзор рынка услуг и аттракции



- Границы области
- Степи
- Музеи
- Церкви
- Гостиницы

Кафе, рестораны, корчмы
Базы для расселения
Усадьбы зеленого туризма
Конезаводы
Места скопления воронцов
Колонии байбаков
Места скопления ковыля
Места рыбной ловли
Источники, родники
Туннели батьки Махно
Памятник князю Игорю
Гончарство
Места продажи веников
Слобожанская кукла
Пляжи
Водный туризм
Таможенные переходы

1. Зеленая усадьба «Мрія Рибалки»

Хозяин: Пантелеев Александр Викторович;
рыбалка, экскурсии в храм, лесные прогулки,
грибы, отдых на воде

Адрес: Луганск, Октябрьский р_н, г. Счастье

8 050 501 16 52

2. Агроусадьба «Дім, закутаний в теплінь»

Хозяин: Аннусова Вера Андреевна; экскурсии на
конезаводы, воронцы, сбор трав

Адрес: Луганская обл., пгт Беловодск, ул. Ракетная, 7

8 (06466) 9 18 64, 8 096 363 19 76

3. Туристический центр «Ермак»

Руководитель: Ермилова Валентина Васильевна;
экскурсии на конезаводы, кумыс, массаж
байбачьим жиром

Адрес: Луганская обл., пгт Беловодск,
ул. Билыводы, 1

8 (06466) 9 28 31

4. Зеленая усадьба «Садиба на узліссі»

Хозяин: Ищенко Вера Михайловна; рыбалка,
экскурсии по речкам, пасека, грибы

Адрес: Луганская обл., Старобельский р_н,
с. Шульгинка, ул. Лесная, 41

8 067 917 95 67

**5. Зеленая усадьба «Садиба
Главацьких»**

Хозяин: Главацкая Елизавета Ивановна; экскурсии
в монастырь, мастеркласс

Адрес: Луганская обл., Старобельский р_н,
с. Красный Городок, ул. Бурлея, 55

8 (06461) 2 23 55, 2 02 41, 2 26 34; 8 066 883 18 80

**6. Туристический центр «Сімейний
відпочинок»**

Хозяин: Снегирев Дмитрий Васильевич; бассейн,

бильярд, тренажеры, концерты

Адрес: Луганская обл., Станично_Луганский р_н,
хутор Макарово, ул. Речная, 2а

8 050 523 01 44

7. Зеленая усадьба «Джура»

Хозяин: Мишин Александр Александрович;
рыбалка, отдых, кони

Адрес: Луганская обл., Станично_Луганский р_н,
с. Болотенное, ул. Ульяны Громовой, 19а

8 (06472) 9 74 47, 8 050 326 28 09

8. Зеленая усадьба «Лісовий затишок»

Хозяин: Бурместр Александр Николаевич; рыбалка,
пасека, кони, экскурсия к мастерам по дереву
в с. Гречишкино

Адрес: Луганская обл., Новоайдарский р_н,
с. Дубовое

8 050 620 26 91

9. База отдыха. Частное озеро

Хозяин: Никишин Андрей Николаевич

10. Мастера по дереву

Луганская обл., Новоайдарский р_н, с. Гречишкино

Все описание действующих

усадеб в видеоальбоме,

8 050 501 16 52, Пантелеев А.В.

3 Рынки и достижения рынков

3.1 Информация о рынке

У департаментов областной администрации нет никакой информации о настроениях рынка касательно туристических предпочтений среди местного населения. Также нет информации касательно примеров входящего туризма. Чтобы сделать оценку потребностей, целесообразно для начала обладать такой информацией. В любом случае, основываясь на проведенных встречах с представителями туроператоров можно констатировать, что Луганская область едва ли составляет интерес для иностранных туристов. Также невысокий спрос и среди внутреннего рынка туризма, до тех пор пока по семейным или по причинам бизнеса люди не побывают в этом регионе.

3.2 Входящие туроператоры и агентства путешествий

В Луганской области насчитывается 143 агентства путешествий, которые фокусируются на выездном (международном туризме). Только около 4-х из них имеют дело с внутренним туризмом или организацией туров по области. Два агентства, которые организуют туры в северо-восточную часть области:

Агентство «Там -Там» (Мулыгина Людмила Васильевна), которое фокусируется на школьных экскурсиях.

Тургентство - туроператор (Пасько Татьяна Ивановна), которое фокусируется на предоставлении рекреационных дневных туров для местных жителей.

Туристическое агентство «Там -Там»

Агентство было основано в 2005 г. со штатом 3 человека. Агентство имеет два отдела - один занимается выездным туризмом, другой - организацией однодневных экскурсий для школьников.

Туры для школьников организуются весной (начиная с конца марта по июнь), а также осенью (сентябрь- ноябрь). Летом, в виду того, что дети на каникулах, такие туры не организуются. Из-за нехватки средств и государственных дотаций, а также из-за резкого скачка цен на бензин школьный туризм на гораздо более низком уровне по сравнению со временами СССР. В среднем только одна школьная экскурсия организовывается за 10 лет учебы в основной школе. Сегодня школьные экскурсии оплачиваются родителями. Так как экономическая ситуация остается сложной, дети многих семей не могут участвовать в таких экскурсиях.

«Там -Там» предлагает такие туры:

- Экскурсии в степь и на конезаводы (северо-восток области)
- Тур в Донецкую область
- Экскурсия на страусиную ферму (Новопсковский район)
- Тур «По дорогам военной славы и истории казачества»

С рекламной целью подготовлен скромный буклет с описанием экскурсий. За год в общем организовывается 60 экскурсий, 30 весной и 30 осенью, в которых принимают участие около 3.000 детей. Конезаводы и цветущая степь пользуются большей популярностью весной, в то время как тур «По дорогам военной славы и истории казачества» более популярен осенью. Экскурсия в Донецкую область пользуется популярностью круглый год. Ежегодно организовывается около 12 туров (конные заводы + степь), в которых принимают участие порядка 600 детей (50 человек в автобусе).

Тур на северо-восток области (в степь и на конезаводы) обычно включает посещение Беловодской церкви (Храм Святой Троицы), краеведческого музея и конного завода. Иногда весной также посещают Луганский природный заповедник, где детям проводит экскурсию местный ученый. Экскурсия на конезавод длится около 4-5 часов, в продолжении этого времени экскурсанты посещают конюшни, церковь при конезаводе, памятник альпинисту Паспартову. Каждый ребенок имеет возможность покататься на лошади (5 мин.). Стоимость такой экскурсии составляет около 40 грн на человека. Еду дети берут с собой. Конный театр не посещается. Так, как стоимость выходит достаточно дорогой.

На сегодняшний день у агентства есть только один конкурент в организации (бизнес) туров для школьников (агентство «Vega»). Для взрослых «Там-Там» не предлагает пока что никаких туров. Им следовало бы этим заняться в ближайшем будущем.

«Там-там» скоро будет расформировано по причине не очень успешного развития международного направления бизнеса. Менеджер компании планирует продолжить организацию туров для школьников в рамках новосозданной частной компании.

Турагентство «Фортуна»

Турагентство «Фортуна» представляет частную инициативу Татьяны Ивановны Пасько. Это не официальная компания. Была основана как хобби, которое переросло в серьезную деятельность. 5 различных экскурсий предлагаются в различные места Луганской и Донецкой области:

- Экскурсия на конезавод и в Беловодск – северо-восток Луганской области
- Киселева балка (паломнический туризм, редкие растения), Луганская область
- Женский монастырь, Донецкая область
- Святогорская Лавра, Донецкая область
- Природа Новопскова и страусиная ферма, Луганская область

Татьяна Пасько в данный момент изучает возможность организации нового тура «маленькая Швейцария», в район Киселевой балки, на юг Луганской области (Антрацитовский район).

Тур по Беловодску и Деркульскому конезаводу

Беловодский тур и тур по конезаводам наиболее популярный, который организывает Татьяна Пасько в сотрудничестве с Верой Аннусовой, которая возглавляет местную общественную организацию. Маршрут начинается рано утром в Луганске и включает посещение Беловодского храма, конезавода, монумент жертвам голодомора, и в случае хорошей погоды включает купание в речке. По желанию в тур может быть включен и конный театр (дополнительно 30 грн). Тур включает завтрак в усадьбе Веры Андреевны в Беловодске и обед в формате пикника. Главным экскурсоводом-путеводителем выступает Вера Андреевна Аннусова, ей доставляет удовольствие пробуждать в людях чувство гордости и достоинства за природу родного края и традиции сельской жизни.

Тур может быть организован на протяжении всего года за исключением зимы. Ежегодно проводится порядка 60 экскурсий с участием от 20 до 80 человек в группе. В 2007 в экскурсии приняло участие почти 2000 чел. В 2008 ожидается на 50 % больше. В экскурсии принимают участие все возрастные группы – от детей до пожилых людей. Стоимость такой экскурсии составляет 110 гривен включая

двухразовое питание. Катание на лошадях может быть организовано за дополнительную плату. Два – три раза в год, во время цветения степных цветов, под руководством Веры Андреевны организовываются туры в степь.

Реклама тура осуществляется, но основной контакт с аудиторией происходит «из уст в уста». Базы данных участников как таковой не существует. Контакты с людьми осуществляются по телефону. Экскурсия поспособствовала тому, что этот регион стал известным среди луганчан. Вера Андреевна убеждена, что спрос на многодневный отдых также есть. Многие люди хотели бы еще раз посетить регион и остаться на выходные и дольше. Условия могут быть очень простыми – люди стремятся скрыться от цивилизации. Очевидна необходимость в организации мест для кемпинга. В любом случае необходимо наладить предоставление кемпингового снаряжения, т.к. у людей этого с собой нет. Подходящие для кемпинга места – места недалеко от конезавода, конного театра, в лесу возле урочища Юницкого; здесь также есть 120 летняя баня, которую можно было бы обновить и организовать таким образом как часть условий для будущего кемпинга. Наблюдается также большой интерес к езде на лошадях и рыбалке.

Другие компании подобного плана туров в регион не предлагают.

3.3 Ассоциация содействия развитию сельского зеленого туризма

Национальная ассоциация сельского и зеленого туризма, профессиональная ассоциация, для представителей услуг по размещению, была основана более 15 лет назад и имеет представительства в большинстве областей Украины. Луганское областное отделение было основано всего 3 года назад. На данный момент рекламируется всего 15 усадеб, из которых 3 находится в северо-восточной части области, и 3 находится в городах. Организация имеет местных координаторов в 10 районах. Большая часть среди этих усадеб могут разместить от 4 до 8 человек.

Областное отделение возглавляет Александр Пантелеев, который занимается вопросами фандрейзинга, организацией тренингов, оценкой и развитием рынка. Александр имеет опыт туроператора, в 90-х работал в турагентстве по организации исходящих туров в Болгарию, тогда-то и вдохновился на развитие сельского туризма.

Координатор в Беловодском районе - Вера Андреевна Аннусова - очень активна в развитии сельского туризма в ее родном регионе и местах привлечения туристов из больших городов области. Она сама предоставляет 2 комнаты в своей усадьбе в Беловодске. Стоимость проживания – 25 гривен за ночь включая питание.

Посетители

В 2007 году 15 мест для расселения приняли в общей сложности около 400 посетителей, 150 из которых – дети. Большинство приезжали на день. 100 оставались с ночевкой. Количество посетителей так или иначе растет. В 2008 (до июня) насчитывалось уже 700, из них 300 оставались с ночевкой. Большинство из области. На выходных и в сезон большинство мест для расселения заняты. Приблизительная стоимость проживания – в районе 50 гривен.

Рынок

С целью промоции рынка туризма в регионе были подготовлены презентабельные брошюры, представляющие каждое из мест для расселений включая 8 фотографий. 100 копий были напечатаны и распространены (стоимостью 100 гривен за экземпляр) среди профессиональных операторов рынка

Луганской области (компании и туристические агенты). Это было успешной кампанией, т.к. было привлечено больше посетителей. Компании хотели выехать в сельскую местность на пикник или попробовать местной еды, особенной популярностью пользуется северо-восточный регион области.

На национальном уровне возможности для расселения людей в области в сельской местности представлены в брошюрах и на сайте Ассоциации развития сельского зеленого туризма. На национальной конференции в Киеве в 2007 был презентован Луганский регион, одним из моментов его «невидимой работы» стал визит директора аэропорта Киев в Луганск (по личным целям), и он признался, что был очень впечатлен. вопреки своим ожиданиям увидеть только шахты и загрязненные территории.

Тренинг и качественный контроль

Областное отделение ассоциации организывает по меньшей мере один семинар в полгода, используются материалы Западной Украины, и включает общее предисловие по сельскому туризму, стандартам качества, как организовать культурные активности для туристов и т.д. В Беловодском районе районные семинары организуются для безработных Верой Андреевной Аннусовой.

Помещения для размещения разработаны в тесном сотрудничестве с консультантами местных властей. Финальный контроль качества осуществляется аудиторами национальной ассоциации в Киеве. Хотя финансирование и запрашивалось у областной администрации для программы расширения принимающей способности, в средствах было отказано, т.к. основное внимание уделяется вопросам подготовки к Евро 2012. Небольшой грант был получен в прошлом году для качественной проверки мест для размещения от Министерства, через национальную ассоциацию.

Развитие

Новые места для размещения туристов необходимы. Но ощущается нехватка инвестиций в улучшение потенциала помещений согласно запрашиваемому минимуму качества стандартов.

Легальный статус

Законодательство в сфере зеленого туризма существует, но требует доработки. На сегодняшний день есть много спорных вопросов в понимании статуса ЧСХ (частное сельское хозяйство), который позволяет собственникам принимающих усадеб не платить налоги. На данный момент новый закон находится в стадии разработки.

3.4 Управление области

Министерство культуры

Туризм является частью деятельности управления культуры Луганской областной администрации. Туризм недавно был выделен из департамента экономики, так как больше относится к промоции культурного наследия в Луганской области и в основном сфокусирован на местных рынках. В штате администрации предусмотрено три человека для департамента туризма и культуры, но зачастую только один сотрудник занимается практическим решением вопросов.

Развитие сервисов местного туризма для внутреннего и регионального рынков выдается важным с целью получить деньги в областной бюджет. Для местной экономики быстрый результат мог бы быть достигнут при фокусе на внутреннем туризме и рекреациях (удержание местного населения в рамках области) вместо того, чтобы пытаться привлечь на национальном и международном уровнях. В данный момент сельский и зеленый туризм не имеет приоритета как фокус области к Евро 2012. В 2007 в Луганске была организована международная конференция сельского и зеленого туризма, которая была поддержана областной администрацией.

В будущем Луганская область видим целесообразным развивать сельский туризм. Вместе с университетом они разрабатывают стратегию, которая будет включать сельский туризм. Так как есть нехватка в туристических маршрутах в регионе, областная администрация хотела бы развивать

маршруты включая конные прогулки, пешие прогулки, велотуры. В одной деревне состоялся пилотный проект по разработке экомаршрутов (GPS project).

На уровне области есть желание мониторить все конезаводы и дать им оценку (паспортизацию). Много управляющих конных заводов не имеют четкой стратегии развития. Департамент туризма хотел бы организовать семинар совместно с аграрным университетом, который владеет датальной информацией, управляющими конезаводами, местными и региональными органами власти. Очевидно, что конезаводы должны развивать новые продукты, такие как катание на лошадях и сувениры, относящиеся к конной отрасли.

Всего в рамках области насчитывается 30 туристских баз и функционируют 360 пионерских лагерей.

В сентябре день туризма будет организован в гостинице Дружба, куда будут приглашены все туроператоры.

Общественная организация Общество (ассоциация) содействия развитию сельскому зеленому туризму

Общественная организация (ее районное представительство) основана Верой Андреевной Аннусовой. Главной целью организация видит в поддержке развития сельского туризма путем предоставления экскурсий в регионе и организации образовательных обучающих семинаров. Организация также проводит тренинги в центре для безработицы и координирует сетку небольших мест для расселения в регионе, выступая в роли ячейки зонтичной организации национального уровня Ассоциация развития и содействия сельскому зеленому туризму в Украине.

Пани Вера хотела бы возродить традицию 6-ти дневных пеших маршрутов на 100 км, так популярных во времена СССР особенно среди молодежи. Лошади могли бы быть задействованы в транспортировке ноши. Вера Андреевна могла бы детально разработать описание такого маршрута, т.к. очень много знает об этой местности.

3.5 Потенциальный продукт – комбинации рынка

Хотя данных по оценке потенциального рынка услуг для туризма в Луганской области не было найдено, ориентировочная шкала комбинаций рынка может выглядеть таким образом.

Продукт Сельский туризм и туризм с посещением природных объектов – Потенциалы рынка

<i>Целевая аудитория ----- Вид активности (досуга)</i>	Местные (резиден ты области)	Школьник и/ студенты	Внутренни й рынок («Новые богатые»)	Западные рынки
Рекреационные экскурсии	X	-	X	-
Образовательные экскурсии	-	X	-	-
Группы экскурсий со специальными интересами	-	-	X	X
Сельский и активный				

туризм	X	-	-	-
<i>Целевая аудитория</i> ----- <i>Вид активности</i> <i>(досуга)</i>	Местные (резиден ты области)	Школьник и/ студенты	Внутренни й рынок («Новые богатые»)	Западные рынки
Виды туризма использованием лошадей	-	-	X	-

3.5.1 Активности

Рекреационные экскурсии

Рекреационные экскурсии комбинируют осмотр природных памятников мест с элементами социальной жизни и других впечатляющих изюминок местности. Такие экскурсии обычно однодневные и организовываются в основном для луганчан. Чтобы больше привлечь целевые аудитории к сельским территориям необходимо комбинировать посещение интересных природных объектов с посещением конезаводов, катанием на лошадях или же такими историко-культурными элементами как конный театр. Только один туроператор сейчас успешно предлагает такие комбинации экскурсий. Увеличение количества экскурсантов в таких турах подтверждает потенциальный спрос на них.

Образовательные групповые экскурсии

Школьники и студенты области в недостаточной мере осведомлены о природных и культурных богатствах региона, в котором проживают. С целью повысить их осведомленность очень важно установить контакт между ними и сельскими территориями, познакомить их с историей края, культурой коневодства и обращений с лошадьми. Они могли бы стать целевой аудиторией в будущем для более специализированных и индивидуальных активностей (конного) туризма. Образовательные групповые экскурсии занимают один день, так как финансовые ресурсы ограничены и возможности для расселения не доступны в сельской местности.

Экскурсии для людей с особыми интересами (специализированные экскурсии)

Специализированные экскурсии направлены на те целевые аудитории, у которых имеется особый интерес к изучению природного и культурного богатства в регионе. Т.к. конезаводы предлагают некоторые уникальные особенности, ожидается, что они могут привлечь категории «новых богатых» и иностранцев к такому виду активностям. В любом случае, пока что они составляют очень узкую группу, которая требует индивидуального подхода. С целью принять и поселить эту целевую аудиторию, крайне важно особое внимание уделять аспектам комфортабельности (что может быть реализовано, к примеру, на Деркульском конном заводе), а также предлагать таким туристам услуги профессиональных, квалифицированных экскурсоводов.

Активный туризм с использованием лошадей (конный туризм)

Активности виды отдыха, такие как походы в горы, катание на лошадях, велопробеги, каноэ часто ориентированы на «погружение» в природную среду. Но такие виды отдыха практически не предлагаются на профессиональном уровне и не доступны пока еще даже на уровне низких стандартов. Самая ближайшая целевая группа для активного туризма - местные жители с уровнем дохода средний и средний плюс. Иностранные туристы вряд ли могут составить потенциально интересную аудиторию для такого вида туризма в данный момент, так как для них предпочтительными являются регионы западной Европы, которые могут продавать более выгодные предложения, чем Луганская область.

3.6 Целевые группы

Жители Луганской области

Местные (например, луганчане) жители логично могли бы быть целевой группой для туризма в сельской местности. Одного дня достаточно для знакомства с регионом. В дальнейшем, если у них появится больше средств, они могли бы вернуться сюда с индивидуальной программой для активного туризма.

Школьники / Студенты

Школьные туры и экскурсии в природные заповедники, парки имеют долгую традицию в Украине. В этой связи оказывается очень важной стимулировать экскурсии в этот «конный» регион для поддержки его самовыражения. Также рекомендуется включить Луганский природный заповедник в список таких визитов, что безусловно будет способствовать охране природы в будущем.

Внутренний туризм (новые богатые)

Внутренний туризм с развалом СССР катастрофически снижался, когда туризмом по сути некому было заниматься – ни государству, ни компаниям. Так называемые «новые богатые» предпочитают выезжать за границу (Турция, Египет, Испания). Так или иначе, среди их числа отмечается тенденция заново открывать свою территорию и посещать интересные места, включая природные достопримечательности. Их можно было бы привлечь конным туризмом и более специализированными экскурсиями.

Западные рынки

Луганская область неизвестна на рынках Западной Европы. Для западных туристов область может предложить слишком мало аттракций. Но так или иначе здесь существует рынок для эмигрантов из США и Канады и для групп людей со специальными интересами (лошади). В бизнесе туристы являются потенциальной целевой группой для использования культурного и природного потенциала достопримечательностей Луганской области.

4 Анализ преимуществ, недостатков, возможностей и угроз (SWOT - анализ)

На основе собранной информации и полученного опыта был произведен SWOT -анализ потенциала экологического туризма в северо-восточном степном регионе Луганской области.

4.1 Преимущества

Продукт

Уникальная природная территория с разнообразной и редкой фауной и флорой
Спокойная и расслабленная атмосфера сельской местности (мало автомобильного движения, низкая плотность населения).

Местные люди гостеприимны.

Есть привлекательные исторические конные хозяйства.

Охраняемая территория (заповедник) с байбаками в качестве уникального торгового предложения.

Привлекательный сельский (степной) ландшафт с особой растительностью (цветы).

Рынок

Небольшая удаленность от промышленных городов на юге Луганской области.

Есть уже достаточно сильный рынок однодневных путешествий в регион.

Маркетинг

Имеются уникальные торговые предложения: конная культура, сурки, степные цветы, Меловые горы.

Недостатки

Продукты

Отсутствие объектов туристической инфраструктуры (услуги по проживанию, рестораны, туалеты, места для пикника).

Отсутствие исторических мест и зданий.

Низкое развитие сельского и фермерского туризма.

Отсутствие учреждений, работающих по высоким стандартам, которые бы обеспечивали благосостояние туристов.

Отсутствие комплексных пакетов и услуг.

Отсутствие инвестиционного капитала у всех заинтересованных сторон (правительство, частные транспортные предприятия и туроператоры, местные люди, заинтересованные/ активные в сфере туризма).

Рынок

Очень ограниченный потенциал для международного (западноевропейского), туризма, слишком большая отдаленность от основных достопримечательностей в Украине, негативный имидж региона.

Исторические отношения с русской царской семьей можно было бы использовать для маркетинга

Ограниченная покупательная способность местного населения.

Маркетинг

Нет местных информационных услуг по туризму или общей информации по региону.

Ограниченная государственная структура поддержки продвижения (на местном, областном уровне).

Негативный имидж области за пределами области (даже в Украине) как региона шахт и тяжелой промышленности.

4.2 Возможности

Продукт

Использовать существующую конную культуру и историю как основу для разработки продукта.

Развить катание на лошадях в качестве формы отдыха.

Предложить новые конные продукты: маршруты, туры, школы верховой езды, кумыс.

Создать в регионе одно или несколько мест для расположения палаток (кемпинг).

Рынок

Разработать тур выходного дня и создать соответствующий рынок для городского населения в регионе.

Привлечь «новых богатых» в верхний сегмент рынка конного туризма.

Маркетинг

Мотивировать посетителей однодневных туров приехать снова и остаться на более длительное время.

Разработать совместные программы по продвижению и созданию имиджа (включая карту экотуризма, интернет-страничку).

Использовать СМИ для рекламы и информирования населения.

Использовать VIP (например, директор киевского аэропорта) в качестве лиц, которые бы продвигали регион.

Угрозы

Продукт

Нестабильная экономическая ситуация конных хозяйств.

Приватизация конезаводов может привести к ограниченному доступу.

Снижение населения, в результате чего не остается людей, способных предложить туристические услуги.

Рынок

Утрата нового разработанного имиджа в результате предоставления услуг низкого качества.

Маркетинг

Вызвать слишком большие ожидания в то время, когда продукт еще не соответствует рекламируемым стандартам.

5 Программа стратегии и приоритетов по развитию сельского туризма

5.1 В направлении разработки стратегии сельского туризма

Северо-восточная часть Луганской области обладает значительным потенциалом сельского туризма. Присутствие исторической коневодческой культуры является уникальным торговым пунктом для региона, который нуждается в дальнейшем развитии и продвижении. Для того, чтобы реализовать этот потенциал, частный сектор, органы власти, НПО и другие заинтересованные лица должны работать вместе в рамках согласованной и взаимно поддерживаемой стратегии.

Стратегия развития сельского туризма должна предоставлять структуру, которая бы направляла деятельность по планированию, развитию, менеджменту, осуществлению и маркетингу (сельского) туризма в регионе. Стратегия должна интегрировать экологические и экономические аспекты природных территорий так, чтобы защита окружающей среды и коммерческая жизнеспособность туроператоров шли рука об руку. План должен дополнять государственную политику развития путем создания возможностей относительно создания рабочих мест и развития малого и более крупного бизнеса; обеспечения повышения квалификации в сфере туризма менеджмента природных территорий, а также способствования развитию рынка с пониманием того, что туризм не может происходить без защиты природной среды, которая привлекает туристов.

Можно определить четыре **основные цели**, достижение которых будет способствовать развитию сельского туризма в северо-восточной части Луганской области:

Природоохранная деятельность и менеджмент природной среды

Охрана природных и связанных с ними культурных ценностей, лежащих в основе сельского туризма в регионе, посредством научных исследований, планирования, мониторинга и контроля.

Развитие туристической индустрии

Создать системы и нормативную среду, поддерживающую развитие возможностей туристического бизнеса.

Развитие инфраструктуры

Создать инфраструктуру, необходимую для представления и охраны природных и связанных с ними культурных ценностей и ресурсов в соответствии с принципами сельского туризма

Развитие сообщества

Обеспечить местному населению и более широким сообществам преимущества от развития туризма и повышение информированности о важности охраны окружающей среды.

Некоторые из ключевых вопросов, которые должны быть освещены в стратегии развития сельского туризма:

Расширение базы знаний и понимания природных ресурсов и специфических возможностей (сельского) туризма в регионе;

Менеджмент природных ресурсов для разных видов сельского туризма;

Поддержание и, где необходимо, планирование дополнительной инфраструктуры в популярных местах сельского туризма в соответствии со стратегическими планами и планами менеджмента и охраной определенных природных и культурных ценностей;

Развитие и расширение базовой туристической инфраструктуры;

Улучшение экологического просвещения и интерпретации природной среды для того, чтобы посетители больше понимали и ценили ее;

Менеджмент территории и зонирование в тесной связи с планами пространственной застройки, с определением функций и ответственности соответствующих заинтересованных лиц;

Определение приоритетов для государственных инвестиций и проектов;

Определение возможностей для частных инвестиций

Все заинтересованные лица должны быть вовлечены в процесс и нести ответственность за развитие туризма в регионе. Стратегия развития сельского туризма должна включать разные приоритеты и интересы заинтересованных сторон.

5.2 Программа приоритетов по развитию сельского туризма

Стратегия сельского туризма, очерченная в предыдущем разделе, должна заложить основу устойчивого развития туризма в целом и экотуризма в частности. Она должна обеспечивать необходимые институциональные и инфраструктурные условия для успешного и профессионального долгосрочного развития сельского туризма в северо-восточной части Луганской области.

Поскольку сельский туризм еще находится на ранней ступени развития, важно поддержать его на этом этапе посредством конкретных инициатив и проектов, которые бы дали прямые и ощутимые результаты для всех заинтересованных лиц и способствовали бы инвестициям сектора в дальнейшее развитие.

На основе отчета о текущем состоянии, SWOT-анализа и оценки потенциальных продуктов – рыночных комбинаций, была сформулирована данная программа. У нас не было намерения охватить в этой программе все. Программа основывается на первичной общей оценке ситуации в (северо-восточной части) Луганской области. Были определены некоторые перспективные пилотные мероприятия, которые могли бы дать позитивные результаты и ценный опыт обучения в относительно короткой временной перспективе с учетом существующих относительно ограничивающих условий в регионе.

Программа приоритетов включает такие компоненты:

1. **Рыночный профиль и исследования**
2. **Развитие условий по проживанию в сельской местности**
3. **Разработка маршрутов и туров**
4. **Развитие конного туризма**
5. **Развитие маркетинговой стратегии и рекламных материалов**

5.2.1 Рыночный профиль и исследования

Цели

В настоящее время есть очень мало информации о существующих и потенциальных рынках для сельского туризма внутри Луганской области. Без соответствующей рыночной информации невозможно разработать эффективный продукт по сельскому туризму и маркетинговую стратегию. Поэтому важно получить больше понимания относительно существующих и потенциальных рыночных ниш для сельского туризма.

Необходимо провести качественные и количественные маркетинговые исследования местного (Луганского), национального и возможно международного регионального (Россия) рынков. На основе таких исследований можно будет разработать продукты и написать маркетинговую стратегию.

Предлагаемые мероприятия

Анализ существующего рынка

Проведение интервью и исследований в среде тур-операторов и туристических агентств в Луганской области.

Анализ профилей посетителей северо-восточной части Луганской области (школьники, учителя, участники экскурсий).

Оценка существующего и потенциального рынка среди местного населения

Общая рыночная оценка потенциального интереса разных местных целевых групп в отношении ориентированного на природу туризма, например, заинтересованные регионы, мероприятия, требования относительно проживания, бюджет, транспорт. Дифференциация разных целевых групп. При ограниченности ресурсов исследование может быть проведено, например, студентами университетов в форме опрашивания людей на улице или простых телефонных интервью. Это позволит составить общее представление о потенциальных рынках в плане существующих и потенциальных возможностей.

5.2.2 Развитие сектора услуг по проживанию в сельском секторе

Цели

В основном услуги по проживанию в северо-восточной части Луганской области представлены небольшими гостиницами в районных центрах. Они обслуживают в основном командировочных. Есть необходимость в услугах по проживанию для отдыхающих, таких, как заведения Bed & Breakfast и небольшие (сезонные) кемпинги. Сектор услуг по проживанию в сельской местности только недавно появился в Луганской области и имеет большие возможности для роста. Недавно был создан активный филиал национальной ассоциации сельского и зеленого туризма.

Заведения типа В&В могут быть созданы за счет небольших вложений и их создание напрямую будет способствовать улучшению экономической ситуации местных жителей и громад. Также заведения типа В&В делают возможным прямой и личный контакт туристов с местными людьми и их культурой. Кемпинги должны обеспечивать возможности размещения для сегмента туристов с низким доходом и для любителей природы. Их можно относительно легко создавать внутри или поблизости охраняемых природных территорий.

Задачей является расширение количества услуг по проживанию на дому в северо-восточной части Луганской области с 3 существующих на данный момент до 10. В этом отношении можно было бы определить около 15 новых потенциальных заведений и провести соответствующее обучение и подготовку их владельцев для обеспечения выполнения минимальных стандартов. Кроме того, предлагается поддержать создание одного кемпинга.

Для обеспечения оптимального использования существующего опыта по разработке продуктов, управлению качеством, обучении и рыночном продвижении вся эта деятельность должна координироваться и поддерживаться Луганским подразделением Ассоциации развития сельского и зеленого туризма.

Предлагаемые мероприятия

Повышение информированности местного населения относительно зеленого туризма

Семинары по зеленому туризму

Сессия по обучению и информированию относительно развития зеленого туризма

Семинар для потенциально заинтересованных предпринимателей и других заинтересованных лиц (органы власти, представители заповедника)

Встреча (встречи) на полдня, посвященная информированию и мозговому штурму относительно потенциала и возможностей сотрудничества в регионе.

Организация 3 семинаров в трех разных районах.

Минимум 20 человек должно участвовать в каждом из семинаров, в случае недостаточного количества заинтересованных, нужно объединить несколько семинаров в один.

Можно было бы рассмотреть возможность проведения общей встречи для того, чтобы стимулировать сотрудничество между районами, которые можно рассматривать как единое «степно-конное направление».

Освещение в местных СМИ

Важно, чтобы семинары широко освещались местными СМИ для привлечения потенциальных участников (предпринимателей) и обеспечения общей осведомленности населения относительно возможностей развития туризма и связи этого с охраной окружающей среды.

Кроме того, в СМИ должны быть опубликованы отчеты о проведенных семинарах. Поэтому рекомендуется также пригласить одного или нескольких журналистов к участию в семинарах.

Отбор потенциальных поставщиков услуг

Определение потенциальных территорий/сел, где необходимы дополнительные услуги по проживанию или такой потенциал (например, красивый ландшафт, маршруты, достопримечательности).

Определить потенциальные места/ хозяев.

Окончательный отбор на основе расположения, качества услуг, атмосферы, интереса и качества хозяина (на основе визитов и интервью).

Некоторые важные *критерии отбора* для заведений типа В&В таковы:

- Близость к природной территории (пешеходное расстояние)
- Тихое и спокойное окружение
- Чистые, гигиеничные и аккуратные помещения для проживания
- Спокойные отношения внутри принимающей семьи
- Полная поддержка всех членов домохозяйства бизнеса В&В
- Ясный рыночный потенциал

Для того, чтобы мотивировать тех, кто желает предоставлять услуги по размещению, важно напрямую связать программу обеспечения проживания в сельской местности с маркетинговой стратегией, например, привлекая те туристические агентства, которые уже задействованы в процессе отбора.

Обучение и окончательная оценка хозяев В&В

Обучающие семинары для отобранных хозяев В&В и поставщиков других услуг

Распространение обучающих материалов

Личная подготовка для достижения требуемых стандартов качества

Окончательная оценка, основанная на национальных стандартах

Продукт

2 однодневных семинара;

По крайней мере 7 обученных поставщиков услуг.

Кемпинг в природной зоне

Существует ясная необходимость и возможность создания простого кемпинга на базе Докучаевской дачи. Нужно построить простую канализацию и сухое место, где можно находиться в случае дождя. Далее рекомендуется инвестировать в туристическое снаряжение для кемпинга, которое можно будет сдавать в аренду посетителям. Основной целевой группой могут быть местные туристы из областных городов юга Луганской области. Местное отделение ассоциации развития туризма в лице Веры Андреевны Аннусовой могло бы заниматься местным менеджментом и организацией. Местные безработные могли бы пройти подготовку по управлению таким вариантом проживания.

5.2.3 Разработка маршрутов и экскурсий

Цели

Организация туров, базирующихся на природных территориях и местных туристических достопримечательностях и услугах, могла бы создавать дополнительную стоимость для сельской местности. Наличие туров и экскурсий делает регион более доступным для туристов и может привлекать новые целевые группы.

Предлагаемые мероприятия

Разработка маршрутов

Определение конных маршрутов, маршрутов для катания на конных упряжках, велосипедных и автомобильных маршрутов.

Маршруты должны по возможности включать буферную зону Луганского заповедника

Нанесение маршрутов на детальную карту.

Описание маршрутов включая инструкции и описания интересных мест, достопримечательностей, легенды, и т.д.

Разработка экскурсий

В настоящее время уже имеется профессиональный опыт разработки и продажи на рынке экскурсий в регионе. Появился ясный и растущий спрос на рынке. Предлагается найти и далее развивать существующие экскурсии на основе списка существующих продуктов и местных достопримечательностей, объектов туристической инфраструктуры и организационных возможностей. Все это затем может быть предложено и, если нужно, адаптировано к местному, национальному или международному рынкам. Дополнительная техническая поддержка должна быть предоставлена организаторам местных экскурсий и гидам, которые были выбраны для включения в туристический пакет.

5.2.4 Развитие конного туризма

Цели

На основе существующего опыта разработать базовую инфраструктуру и индустрию услуг для конного туризма в степном регионе северо-восточной части Луганской области.

Усилить и интегрировать заинтересованных и действующих на рынке лиц и продукты.

Обеспечить информированность местных действующих лиц и общественности (в Луганской области, по Украине) о потенциале конного туризма в связи с сохранением степи.

Мероприятия

Школы верховой езды в целях отдыха

Хотя в Луганске есть традиции верховой езды, верховая езда в качестве отдыха практически не существует в регионе. Для того, чтобы усилить и расширить существующую «конную культуру», важно создавать любительские школы верховой езды, где обычные люди могли бы учиться и практиковать катание на лошадях в качестве отдыха. Существующая спортивная школа верховой езды в Луганске и «конный театр» могли бы стать отправными точками для любительской культуры верховой езды. Целевой группой являются «новые богатые» Луганской области.

Развитие услуг по верховой езде

В регионе есть много коневодческих ферм. Тем не менее, в настоящее время почти невозможно снять лошадь и поехать покататься (с гидом или без). Поэтому предлагается, чтобы в сочетании с разработанными «конными маршрутами» предлагались варианты, когда туристы могли бы снять лошадь для прогулки (1-5 часов) на природе.

Конкретные планы относительно предложения таких услуг обсуждались с Конным театром. Также Деркульский конный завод проявил интерес к этому вопросу, вероятнее всего, что и другие конезаводы проявят интерес. Нужна дальнейшая поддержка в отношении планирования маршрутов, разработке пакетов, формировании цен и рекламы. В этом отношении предлагаются следующие мероприятия:

- Отбор пилотных хозяйств, предоставляющих услуги по верховой езде в целях отдыха
- Разработка и описание 1-3 маршрутов в окрестностях таких хозяйств
- Обучение инструкторов и гидов по верховой езде
- Разработка пакетов и формирование цен
- Продвижение (например, посредством публикаций в региональных СМИ)

Услуги по содержанию частных лошадей

В будущем, по мере того, как конная культура будет развиваться в Луганской области, богатые люди могут захотеть иметь собственных лошадей. Однако эти лошади будут нуждаться в хорошем обслуживании, обучении и уходе. Существующие конезаводы могли бы рассмотреть возможность предоставления по содержанию лошадей для новых богатых. Это может быть возможным и в настоящее время, поскольку большинство конезаводов не используются в полную силу. Луганская «спортивная» школа верховой езды уже предлагает такие услуги местным владельцам лошадей из Луганска. Также рекомендуется исследовать возможность разведения и обучения лошадей для западно-европейских коневодств. В настоящее время достаточно распространенным является разведение лошадей в Чехии и Польше немецкими, голландскими и английскими коневодствами. Стоимость ухода и обучения лошади составляет в Украине примерно 1 000 евро, в то время как в Германии это стоит примерно 10 000 евро.

Разработка конных туров

Разработать в сотрудничестве с местными предпринимателями пакеты конных туров в регионе. Это могут быть преимущественно однодневные туры.

5.2.5 Маркетинговая стратегия и разработка рекламных материалов

Цели

Возможности сельского туризма в регионе почти неизвестны на целевых рынках. Отсутствует готовая и обновляемая информация как для одиночных туристов, так и для целевых рынков. Сельский туризм в северо-восточных степных регионах нуждается в ясном имидже и совместном продвижении.

Предлагаемые мероприятия

Необходимость разработки маркетинговой стратегии сельского туризма на основе результатов маркетингового исследования и продуктов, имеющихся в предложении, а также учитывая существующие и потенциальные каналы продаж.

Разработка и создание карты экологического и сельского туризма

Как сами туристы, так и туроператоры мало осведомлены о возможностях северо-восточных степных регионов. Отсутствует комплексная и доступная документация по существующим туристическим продуктам и возможностям. Хотя этот регион уже освещался в существующих публикациях о Луганской области, конкретная информация отсутствует. Поэтому предлагается разработать и опубликовать туристическую карту, которая бы содержала основную туристическую информацию и возможные дальнейшие ссылки для туристов Луганской области. Важно, чтобы карта была комплексной и предоставляла туристам всю информацию, необходимую для планирования поездки в регион. Такая карта должна содержать следующее:

Достопримечательности и маршруты

- Общее описание (история, растительность, животный мир, катание на лошадях)
- Подробное описание всех достопримечательностей (заповедник, дом натуралиста, коневодческие хозяйства, конный театр, места наблюдения за сурками-байбаками)
- Маршруты подъезда к региону и маршруты внутри региона
- Проживание, объекты туристической инфраструктуры, услуги
- Контактные адреса для бронирования
- Ссылки на интернет-странички (если есть)

Информация на карте должна быть достоверной и современной, рекламируемые продукты и объекты должны соответствовать базовым стандартам качества. Карта должна быть на украинском языке и в основном должна быть ориентирована на внутренний рынок. Лучше всего, если карту опубликует НПО по сельскому и зеленому туризму.

Карту можно было бы продавать в Луганске, Киеве, а также распространять через Ассоциацию зеленого и сельского туризма, Луганский заповедник, местные и областные администрации, и т.д. Рекомендуется продавать карту (а не раздавать бесплатно) для того, чтобы стимулировать ее распространение и возможно генерировать доход для возможной повторной печати в будущем. Кроме того, карту можно предоставлять туристам, посещающим регион в рамках организованных однодневных туров (3 000 человек в год).

Разработка интернет-странички по сельскому туризму для Луганской области

Интернет является важным источником информации по туризму, особенно для неизвестных направлений. Поэтому предлагается создать центральный интернет-сайт по сельскому туризму в Луганской области, по таким темам:

- Информация, представленная на карте (картах) по экотуризму
- Пакеты и туры
- Информация про природные территории
- Ссылки на природоохранные организации и заповедники
- Поставщики услуг по проживанию и других услуг

Следует избегать того, чтобы каждый участник или компания создавали собственный сайт. Сайт должен быть посвящен всей области в целом и включать все варианты экотуризма в регионе. По возможности он должен быть интегрирован или связан ссылкой с общей системой туристической информации Луганской области.

СМИ-кампания (в местной и национальной прессе)

Фокус на достопримечательностях региона: коневодческие хозяйства, сурки и степь. Также внимание уделяется тому, как степь, коневодства и сурки могут поддерживать друг друга при хорошем менеджменте, дать в этом отношении ссылку на проект ТАСИС. Прес-релиз должен быть привязан по времени к выпуску карты.

Ознакомительная поездка

Одна или несколько ознакомительных поездок для 3-8 журналистов из городов Луганской области в «конно-степной» регион. Посещение достопримечательностей (коневодства/театр, сурки, заповедник). Особое внимание должно быть уделено тому, как туристы наслаждаются регионом. Услуги (за исключением транспорта) для журналистов должны быть предоставлены поставщиками услуг бесплатно, поскольку они могут прорекламироваться в этих публикациях. Эта поездка должна быть по времени привязана к выпуску карты.

Приложения

Техническое задание (развитие сельского туризма - Северо-восточный степной регион Луганской области)

Вид деятельности – развитие конного туризма и сельской экономической деятельности

Сектор деятельности - сельская экономическая деятельность

Связан с сектором деятельностью по развитию конного туризма

Цели

На основе существующего опыта создать базовую инфраструктуру и индустрию услуг для сельского туризма в северо-восточном степном регионе Луганской области.

Усилить и интегрировать существующих действующих лиц и продукты.

Продвигать регион и туристический продукт как общий бренд.

Повысить осведомленность среди действующих лиц и общественности (в Луганске и Украине в целом) относительно важности сохранения степей.

Квалификация местного эксперта

- Опыт в организации обучения и повышения компетенции
- Сеть в регионе
- Знание региона
- Хорошее понимание и вовлеченность в туризме, ориентированном на природу

Задачи

Повышение осведомленности местного населения относительно зеленого туризма

Семинары по зеленому туризму

Сессия по обучению и информированию относительно развития зеленого туризма

Семинар для потенциально заинтересованных предпринимателей и других заинтересованных лиц (органы власти, представители заповедника)

Встреча (встречи) на полдня, посвященная информированию и мозговому штурму относительно потенциала и возможностей сотрудничества в регионе.

Заинтересованные лица предлагают организовать 3 семинара в трех разных районах, однако можно рассмотреть возможность проведения общей встречи для стимулирования сотрудничества между районами, рассматриваемых как единое «конно-степное» направление.

Минимум 20 человек должно участвовать в каждом из семинаров, в случае недостаточного количества заинтересованных, нужно объединить несколько семинаров в один.

Освещение в местных СМИ

Важно, чтобы семинары широко освещались местными СМИ для привлечения потенциальных участников (предпринимателей) и обеспечения общей осведомленности населения относительно возможностей развития туризма и связи этого с охраной окружающей среды.

Кроме того, в СМИ должны быть опубликованы отчеты о проведенных семинарах. Поэтому рекомендуется также пригласить одного или нескольких журналистов к участию в семинарах.

Развитие услуг по проживанию на дому

Целью является увеличение количества заведений, предоставляющих услуги по проживанию на дому, с 3, существующих в настоящее время, до 10. В этом отношении будет определено примерно 15 новых потенциальных вариантов размещения, и их владельцы пройдут обучение и подготовку для обеспечения минимальных стандартов. Они установят связь с областным филиалом Национальной ассоциации зеленого и сельского туризма, которая будет заниматься их дальнейшим продвижением. Необходимо провести следующие мероприятия:

Отбор потенциальных поставщиков услуг

Определение потенциальных территорий/сел, где необходимы дополнительные услуги по проживанию или имеется такой потенциал (например, красивый ландшафт, маршруты, достопримечательности).
Определить потенциальные места/ хозяев.
Окончательный отбор на основе расположения, качества услуг, атмосферы, интереса и качеств хозяина (на основе визитов и интервью).

Обучение и окончательная оценка хозяев, предоставляющих услуги по проживанию на дому

Обучающие семинары для отобранных хозяев, предоставляющих услуги по проживанию на дому и поставщиков других услуг.
Распространение обучающих материалов.
Личная подготовка для обеспечения требуемых стандартов качества.
Окончательная оценка, основанная на национальных стандартах.

Результаты

2 однодневных семинара.
По крайней мере 7 обученных поставщиков услуг.

Разработка маршрутов

Определение конных маршрутов, маршрутов для катания на конных упряжках, велосипедных и автомобильных маршрутов.
Маршруты должны по возможности включать буферную зону Луганского заповедника.
Нанесение маршрутов на детальную карту.
Описание маршрутов, включая инструкции и описания интересных мест, достопримечательностей, легенд, и т.д.

Продукт: Минимум 3 разработанных и описанных маршрута.

Разработка рекламных материалов

Публикация

Целью является разработка карты региона на украинском языке, ориентированную на украинские и российские целевые группы. Такая публикация должна содержать следующее:

- Карту со всеми достопримечательностями и маршрутами
- Общее описание (история, растительность, животный мир, катание на лошадях)
- Подробное описание всех достопримечательностей (заповедник, дом натуралиста, коневодческие хозяйства, конный театр, места наблюдения за сурками)
- Описание маршрутов
- Проживание, объекты туристической инфраструктуры, услуги
- Контактные адреса

Карта/брошюра будет опубликована местным филиалом НПО по сельскому и зеленому туризму.

Распространение

Карту будет продаваться в Луганске, Киеве, а также распространяться через Ассоциацию зеленого и сельского туризма, заповедник, местные и областные администрации, и т.д. Рекомендуется продавать

карту (а не раздавать бесплатно) для того, чтобы стимулировать ее распространение и возможно генерировать доход для возможной повторной печати в будущем. Кроме того, карту можно предоставлять туристам, посещающим регион в рамках организованных однодневных туров (3 000 человек в год).

Рекламная компания без привлечения специального финансирования

Пресс-релиз для региональной и национальной прессы.

Фокус на достопримечательностях региона: коневодческие хозяйства, сурки и степь. Также внимание уделяется тому, как степь, коневодства и сурки могут поддерживать друг друга при хорошем менеджменте, дать в этом отношении ссылку на проект ТАСИС. Пресс-релиз должен быть привязан по времени к выпуску карты.

Продукт

Пресс-конференция.

Освещение в по крайней мере десяти печатных СМИ.

Освещение на Луганском телевидении и радио.

Ознакомительная поездка

Одна или несколько ознакомительных поездок в регион для 3-8 журналистов из городов Луганской области. Посещение достопримечательностей (коневодства/театр, сурки, заповедник). Особое внимание должно быть уделено тому, как туристы наслаждаются регионом. Эта ознакомительная поездка должна способствовать рекламе карты. Услуги (за исключением транспортных) для журналистов должны быть предоставлены поставщиками услуг бесплатно, поскольку они могут быть рекламированы в этих публикациях.

Бюджет

Первый проект бюджета был подготовлен Пантелеевым Александром, руководителем филиала Ассоциации зеленого и сельского туризма в Луганской области.

Техническое задание (развитие конного туризма в северо-восточном степном регионе Луганской области). Проект

Вид деятельности 1.2.4 – развитие конного туризма и сельской экономической деятельности

Сектор деятельности: развитие конного туризма

Связан с сектором деятельности развития сельского туризма

Цели

На основе существующего опыта разработать базовую инфраструктуру и индустрию услуг для конного туризма в степном регионе северо-восточной части Луганской области.

Усилить и интегрировать существующих действующих лиц и продукты.

Обеспечить информированность местных действующих лиц и общественности (в Луганской области, по Украине) о потенциале конного туризма в связи с сохранением степи.

Квалификация местного эксперта

Опыт в сфере обучения любительской верховой езде.

Хорошее понимание и вовлеченность в туризм, ориентированный на природу.

Задачи

Школы верховой езды

Хотя в Луганске есть традиции верховой езды, верховая езда в качестве отдыха практически не существует в регионе. Для того, чтобы усилить и расширить существующую «культуру верховой езды», важно создавать профессиональные школы верховой езды и места съема лошадей, где обычные люди могли бы учиться и практиковать катание на лошадях в качестве отдыха.

Существующая «спортивная» школа верховой езды в Луганске и «конный театр» могли бы стать отправными точками для культуры верховой езды в качестве отдыха. Целевой группой являются «новые богатые» Луганской области и - для многодневных курсов – подростки и туристы из (близлежащих) городов Украины.

Рекомендуется в дополнение к существующей школе в Луганске выбрать одну из существующих коневодческих хозяйств в качестве базы для школы верховой езды, поскольку инфраструктура и лошади имеются в наличии, а исторический аспект будет привлекать посетителей.

Развитие услуг по верховой езде

В регионе есть много коневодческих хозяйств или хозяйств, имеющих лошади. Тем не менее, в настоящее время почти невозможно снять лошадь и поехать покататься (с гидом или без). Поэтому предлагается, чтобы в сочетании с разработанными «конными маршрутами» предлагались варианты, когда туристы могли бы снять лошадь для прогулки (1-5 часов) на природе.

Конкретные планы относительно предложения таких услуг обсуждались с Конным театром в Меловом. Также коневодческая ферма в ХХ проявила интерес, и возможно также другие коневодства. Нужна дальнейшая поддержка в отношении планирования маршрутов, разработки пакетов, формирования цен и продвижения. В этом отношении предлагаются следующие виды деятельности:

- Отбор пилотных хозяйств, предоставляющих услуги по верховой езде в целях отдыха.
- Разработка и описание 1-3 маршрутов в окрестностях таких хозяйств.
- Обучение гидов по верховой езде.

- Разработка пакетов и формирование цен.
- Продвижение (например, посредством публикаций в региональных СМИ).

Услуги по содержанию частных лошадей

В будущем, по мере того, как конная культура будет развиваться в Луганской области, богатые люди могут захотеть иметь собственных лошадей. Однако эти лошади будут нуждаться в хорошем обслуживании, обучении и уходе. Существующие коневодческие хозяйства могли бы рассмотреть возможность предоставления по содержанию лошадей для новых богатых. Это может быть возможным и в настоящее время, поскольку большинство коневодств не загружены полностью (например, коневодство ХХ имеет площади для содержания 2 500 лошадей, тогда как содержит только 250). Луганская «спортивная» школа верховой езды уже предлагает такие услуги местным владельцам лошадей из Луганска. Также рекомендуется исследовать возможность разведения и обучения лошадей для западно-европейских коневодств. В настоящее время достаточно распространенным является разведение лошадей в Чехии и Польше немецкими, голландскими и английскими коневодствами. Стоимость ухода и обучения лошади составляет в Украине примерно 1 000 евро, в то время как в Германии это стоит примерно 10 000 евро.

Разработка конных туров

Разработать в сотрудничестве с местными предпринимателями пакеты конных туров в регионе. Это могут быть преимущественно однодневные туры.