

РОЗВИТОК АГРОТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

*М. Андрушко, к.е.н., Л. Балаш, к.е.н.
Львівський національний аграрний університет*

Постановка проблеми. Тенденції туристичної діяльності, поєднані з процесами євроінтеграції та глобалізації, забезпечили трансформацію вітчизняного ринку туристичних послуг із «ринку продавця» у «ринку покупця», що зумовило необхідність орієнтації туристичних підприємств на нові стандарти якості туристичного продукту. За таких умов запорукою ефективності туристичної діяльності підприємств стає оптимізація їхніх витрат з одночасною оптимізацією не тільки прибутку, а й соціального ефекту. Саме тому доречність формування нового підходу до вирішення поставлених проблем, а також забезпечення економічного ефекту від діяльності підприємств, що утворюють інфраструктуру агротуристичної діяльності, безсумнівна.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення публікацій з туристичної тематики показало, що концептуально-методологічними основами туризму зацікавлені чимало вітчизняних [4] і зарубіжних [2] учених. Проте наукові та практичні проблеми управління агротуристичною діяльністю наразі недостатньо досліджено, оскільки розкрито питання організації й управління окремими функціями та системами, а не інтегрованими глобальними формуваннями.

Постановка завдання. Наше завдання – на основі дослідження особливостей управління туристичною діяльністю обґрунтувати механізм створення нових форм їх розвитку, зокрема агротуризму.

Виклад основного матеріалу. Агротуризм розглядають як управління продуктовими потоками туристичних підприємств, що охоплює раціональну організацію формування, збуту й організацію споживання туристичного продукту та відродження цих процесів проходженням інформаційних потоків. Вивчаючи специфіку туристичної діяльності, можна стверджувати, що туристична сфера покликана виконувати низку функцій, які диференціюються згідно з фазами логістичного ланцюга туристичного обслуговування.

Для успішного розвитку нових форм аграрного туризму у регіоні повинні бути: чисте природне середовище, низький рівень урбанізації й індустріалізації, обмежена інтенсивність сільськогосподарської та лісової продукції, сприятлива аграрна структура (господарства середнього розміру), гармонійний агрокультурний ландшафт, невеликі доходи людей (що стимулювало б їх зайнятість у цій сфері), вільні ресурси помешкань.

Нові форми сільського туризму – це туристична діяльність на території сільських поселень, де є умови для тривалого і короткочасного відпочинку, сільське житло, придатне для прийому туристів, та інші необхідні умови.

Аграрний туризм – це цілеспрямована рекреаційна діяльність у сільській місцевості та тимчасове проживання приїжджих людей у сільській садибі [4].

Як назву цієї форми діяльності у Польщі традиційно використовують словосполучення «господарська гостинність». До послуг агротуризму треба віднести надання господарями відпочивальникам в оренду кімнат (тобто не окремі місця – ліжка),

окремих будинків чи житлових причепів, місць під розбивку наметів; продаж домашніх страв, а також інші послуги, які пов'язані з перебуванням у конкретному господарстві, тобто пов'язані з господарською діяльністю саме у цьому господарстві селянина, який має право надавати послуги із сільського туризму.

Зважаючи на доцільність застосування комплексного підходу до мікро-, мезо-, макро-, та мегарівнів управління економічною діяльністю вітчизняні вчені Ю.О. Карягін [5], Саблук [6] та інші довели, що агротуризм потрібно розглядати як «науку про програму і системний підхід до формування нерозривної єдності потоків туристів і туристичного продукту за законами ринкового попиту й підприємницьких принципів максимізації прибутку» [4, с. 100], а мікрорівнева система управління туристичним підприємством є «інтегрованою системою методів та інструментів моніторингу, аналізу, планування та організації контролю за життєвим циклом його туристичного продукту» [3, с. 100].

Проаналізувавши погляди науковців і положення нормативних актів із зазначеної проблематики, ми вважаємо, що новий агропродукт є близький до поняття «екотуризм», тобто це має бути науково-пізнавальна мандрівка без завдання шкоди природному середовищу.

Варто зазначити, що деякі вчені ототожнюють поняття «сільський туризм» і «агротуризм». Хоча в них є багато спільного, проте вони дещо відмінні. Поняття «сільський туризм» трохи ширше, тому «агротуризм» можна вважати його різновидом.

Агротуризм – «відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає використання сільського (фермерського) господарства з метою рекреації, освіти та активного залучення до традиційних форм господарювання» [5, с. 19].

Тобто агротуризм передбачає активну участь відпочивальників у діяльності підсобного господарства, сільський зелений туризм – це більшою мірою пасивний вид відпочинку в сільській місцевості.

Доцільність виокремлення макрологістичних систем у агротуризмі пояснюють особливостями організації міжнародного туризму, а саме переміщенням туристських потоків від однієї країни до іншої, що потребує забезпечення необхідних умов для подорожування туристів і ведення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. Отже, роль макрорівневої системи туризму полягає в оптимізації діяльності туристичного комплексу держав через розробку та впровадження організаційно-економічних механізмів управління їх туристичною сферою, які регламентують діяльність не тільки органів державного управління, а й приватних підприємницьких структур, спрямованих на максимізацію прибутків від туристичної діяльності з одночасним збереженням кількості та якості наявних туристичних ресурсів.

Процес забезпечення конкурентоспроможності туристичної продукції на світовому туристичному ринку неможливий без впровадження механізмів збору, обробки, аналізу та підготовки інформації щодо сучасних тенденцій зовнішнього середовища та їхнього можливого впливу на функціонування бізнесу, тобто без моніторингу ринків. Результати такого системного дослідження визначальні не тільки щодо оцінки сильних і слабких сторін діяльності системи щодо загроз і позитивних можливостей впливу її середовища (SWOT-аналіз), а й для обґрунтування тривалості

сезонів туристичного обслуговування, сегментації туристичного ринку, оптимізації асортименту туристичної продукції, а також швидкого реагування на споживчий попит.

Розробники нових продуктів насамперед повинні вивчати демографічні, психологічні, економічні та інші характеристики суперноваторів і новаторів, оскільки саме вони відгукуються на новинки першими. Зробити це зазвичай дуже складно, оскільки одні й ті самі люди можуть поводитися по-різному щодо різних туристичних продуктів (новатори або консерватори) [1, с. 7].

Очевидно, на успішність розробки нового продукту великий вплив має зовнішнє підприємницьке середовище, яке також необхідно досліджувати.

Далі зміст маркетингових досліджень нового агротуристичного продукту розглядають у двох аспектах: вивчення чинників успіху нового туристичного продукту і визначення напрямів розвитку моделей туристичного продукту, що створюється.

Розвиток агротуризму певною мірою стримує відсутність належної правової бази.

Висновки. Розробка механізму обґрунтування вибору підходів і методів розвитку туристичної системи є основою побудови оптимальної моделі стратегічного управління нею. Саме побудова туристичних систем на засадах інтегральної логістики спроможна забезпечити не тільки акумуляцію максимальної кількості та якості ресурсів для виробництва туристичного продукту, а й скласти основу ефективного регіонального управління агротуристичною сферою. Запорукою ефективного побудови такої моделі розвитку агротуристичної системи є наявність інтенсивної технологічної та інформаційної взаємодії учасників ринку.

Відсутність належних законів України зі зазначеного питання є істотною перешкодою для розвитку досліджуваного нами виду діяльності. Такі закони забезпечили б тлумачення основних дефініцій, регламентували діяльність суб'єктів досліджуваного виду бізнесу. Також доцільно розробити регіональні програми розвитку агротуризму, створити всі умови для державної фінансово-кредитної підтримки розвитку цих послуг.

Бібліографічний список

1. Державна цільова програма сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року // Економіка АПК. – 2010. – № 7. – С. 3 – 15.
2. Жалис Л. В. Сравнительный анализ понятий сельского туризма и его специализации в Литве / Л. В. Жалис // Вісник ДІТБ. – 2005. – № 9. – С. 202 – 205.
3. Про ліцензування певних видів господарської діяльності : Закон України від 1 червня 2000 р. № 1775-ІПУ // Туристичні послуги в Україні : зб. нормат. актів. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 320 с.
4. Михайліченко Г. Класифікація засобів розміщення туристів у сільській місцевості / Г. Михайліченко // Вісник КНТЕУ. – 2003. – № 6. – С. 97-103.
5. Маркетинг туризму / Ю. О. Карягін, З. І. Тимошенко, Т. О. Денура, Г. Б. Мунін. – К. : Кондор, 2009. – 394 с.
6. Саблук П. Т. Розвиток сільських територій – запорука відродження аграрної України / П. Т. Саблук // Вісник аграрної науки. – 2006. – № 5. – С. 125-130.
7. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму / Т. І. Ткаченко. – К. : КНТЕУ, 2006. – 537 с.

Андрушко М., Балаш Л. Розвиток агротуристичного бізнесу

Розглянуто питання суті та значення агротуризму в системі трансформації ринкових відносин. Визначено основні напрями розвитку агротуризму.

Ключові слова: аграрний туризм, агроландшафт, сільські території, туристичний продукт.

Andrushko M., Balash L. Agro-tourism business development

The article considers the essence and importance of agro-tourism under market relationships transformation. The main directions of agro-tourism development are identified.

Key words: agro-tourism, agro-landscape, rural areas, tourist product.

Андрушко М., Балаш Л. Развитие агротуристического бизнеса

Рассматриваются вопросы сущности и значения агротуризма в системе трансформации рыночных отношений. Определены основные направления развития аграрного туризма.

Ключевые слова: аграрный туризм, агроландшафт, сельские территории, туристический продукт.