

**Методичні засади розвитку ринку послуг сільського туризму –
важливого чинника збереження трудового потенціалу**

У статті розглянуто питання розвитку сільського туризму як провідної галузі, котра може забезпечити перебудову сільської економіки і підвищити зайнятість сільських жителів, уникнути міграції та негативних соціальних явищ.

In the article the question of development of rural tourism is considered as leading industry, which can provide alteration of rural economy and promote employment of villagers, avoid migration and negative social phenomena.

Ключові слова: сільський туризм, сільська економіка, зайнятість сільських жителів.

Keywords: rural tourism, rural economy, employment of villagers.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Сільські жителі нині становлять 14,7 млн. осіб або 31,7%. Як свідчить статистика, їх кількість і трудовий потенціал постійно зменшується за рахунок природного вибуття і міграції, зокрема молоді в міста. Серед причин останньої – впровадження в сільськогосподарське виробництво нових технологій, його реструктуризація, що зумовлюють зменшення числа зайнятих в основному виробництві. Міграції типу “село–місто” сприяють й нерозвиненість соціальної сфери та її інфраструктури. Скажімо, на Львівщині нині лише 68,6% учнів сільських шкіл забезпечені підручниками, 3,9% учителів мають змогу використовувати мультимедійні комплекси, що значно поліпшує навчальний процес. Якщо в сільську школу і поставляють комп'ютер, то, як правило, – старого покоління. У сільських школах досі за штатом навіть не передбачено вчителя інформатики, а викладають цей предмет, зазвичай, учителі фізики та трудового навчання, тобто нефахівці. Дві третини сільських шкіл потребують поточного та капітального ремонту. Подібна ситуація склалася не лише в сільській освіті, яка формує головну продуктивну силу, а й в інших ланках соціальної сфери. Тож не дивно, що молоді сім'ї, які мають або мріють мати дітей, залишають села і їдуть у місто, де ситуація є дещо кращою.

Мета статті. Назрілою є проблема перебудови села, його економіки. А це потребує нових підходів. Останні доцільно розглядати у комплексі з подальшим розвитком сільського господарства. Інструментом, що може забезпечити перебудову сільської економіки, як свідчить світовий досвід, має стати сільський туризм. Результатом останнього є природоорієнтований туристичний продукт на ринку туристичних послуг. Сільський туризм – інструмент стійкого розвитку сільських територій. Іншими словами, сільський туризм, з одного боку, виступає як специфічний ринковий сегмент, а з іншого – як набір принципів і методів управління розвитком сільської економіки. Серед основних принципів важливо дотримуватися наступних:

- принцип науковості, що передбачає врахування діалектичної теорії пізнання, врахування вимог економічних законів, використання новітніх методів дослідження;
- принцип цілеспрямованості означає, що вся система оцінки, скажімо, наявного туристичного потенціалу має бути спрямована на вирішення конкретних завдань;
- принцип системності означає, що досліджуваний об'єкт, тобто сільський туризм, розглядають як складну динамічну систему, що складається із елементів, певним чином пов'язаних між собою і зовнішнім середовищем;
- принцип ефективності передбачає орієнтацію розвитку сільського туризму на економію витрат ресурсів при проведенні аналітичних робіт без зниження вимог щодо обсягу та якості відповідної інформації.

Виклад основного матеріалу досліджень. Сільський туризм, виступаючи інтегральним елементом розвитку на селі сільського господарства і соціальної сфери, сприяє зростанню доходів місцевих жителів (нині частка населення із середньодушовими доходами за місяць, нижчими від прожиткового мінімуму на селі, становить 57,4%, а у містах – 31,3%); сприяє зниженню рівня безробіття (у 2008 р. він становив, за методологією МОП, 5,4%); сільська молодь може себе реалізувати, у т. ч. у бізнесі тощо. Тобто, розвиток сільського туризму служить важливим чинником збереження і розвитку трудового потенціалу на селі.

Водночас формування туристичної сфери на селі передбачає необхідність подолання багатьох проблем. Адже протягом останніх десятиріч значної руйнації зазнали і сільське господарство, і сільська соціальна сфера, що є, безперечно, гальмом у розвитку сільського туризму. До останнього слід віднести насамперед нерозвиненість сільської інфраструктури. На низькому рівні – стан доріг і

комунального господарства. Так, якщо у містах забезпечення житлового фонду водопроводом становить 76,9%, то у сільській місцевості – 21,6%, каналізацією – відповідно 59,4 і 6,3, ванними – 72,0 і 15,1%. Такий стан комунального обслуговування на селі зумовлює відсутність відповідного сервісу і відштовхує потенційних туристів. Розвиток сільського туризму гальмує і низький рівень доходів сільського населення, що не дає змогу інвестувати цей бізнес, а низький рівень життя співвітчизників стримує підприємницьку ініціативу. Негативно на розвиток сільського туризму в Україні впливають і відсутність маркетингу, недостатня розвиненість реклами. Саме це робить неможливими отримання інформації широкими верствами населення. Для селян характерний дефіцит знань, зокрема, у галузі ведення бізнесу в сфері туризму водночас практично нема системи підтримки з боку освіти щодо підготовки та консультування бажаючих отримати необхідні знання.

Водночас, слід відзначити, що у світі сільський туризм активно розвивається. І він має достатньо високі показники зростання. Як свідчить світова статистика, в цілому на сферу туризму припадає 6% світового валового національного продукту, 7% світових інвестицій, кожне 16-е робоче місце, 11% світових споживчих витрат. Якщо врахувати, що із загальної кількості туристів від 12 до 30% надають перевагу сільському туризмові, то неважко зрозуміти, що у наведених статистичних даних суттєве місце займає саме туризм, місцем розвитку якого є сільська місцевість. У багатьох країнах світу, зокрема в США, країнах Західної Європи сільський туризм уже понад два десятиріччя тому став самостійною високопродуктивною галуззю туристичної індустрії. За оцінками Всесвітньої туристичної організації, сільський туризм у світі входить у першу п'ятірку основних стратегічних напрямів розвитку туризму до 2020 р. За прогнозом Всесвітньої туристичної організації, число туристичних поїздок до 2020 р. збільшиться порівняно з 2005 р. у 2,3 рази і становитиме 1,6 млрд. поїздок на рік.

Сільський туризм – це насамперед цілеспрямовані мандрі по сільській території з порівняно непорушеними екосистемами, що забезпечують безпосередній вклад у розв'язання проблем сільського населення. Він підлягає управлінню на основі стійкого розвитку. Зрозуміло, що в сільській місцевості основною сферою діяльності її жителів залишається сільськогосподарське виробництво. Тобто розвиток сільського туризму тісно пов'язаний з агроекономікою. Тож не дивно, що його нерідко називають агротуризмом. У світовій практиці з 1972 р. агротуризм виділено в окрему галузь. Уже тоді фахівці передбачали, що цей вид туристичної діяльності має сприяти підвищенню ефективності не лише сільськогосподарського виробництва, а і праці та відпочинку тих, хто проживає на селі. Водночас з його розвитком на селі створюються нові види діяльності, забезпечується комплексний розвиток сільської місцевості.

Адже формування туристичної сфери діяльності в сільській місцевості неможливе без розвитку там системи охорони здоров'я, закладів культури, торгівлі, освіти. А це значить, що виникнуть нові робочі місця, відбувається диверсифікація видів економічної діяльності. Тобто, молодь може знайти собі в сільській місцевості робоче місце не гірше, ніж у міській. Окрім того, сільський туризм передбачає необхідність здійснення заходів щодо збереження та відновлення лісових і земельних ресурсів, водойм, пам'яток історії та культури (значна частина соціально-культурної спадщини розташована в сільській місцевості). А це теж нові робочі місця.

В Україні є необхідні передумови для розвитку сільського туризму, зокрема, таких його видів, які ґрунтуються на використанні насамперед природних, історичних та інших ресурсів сільської місцевості – рибальство, мисливство, кінний і водний спорт, збір грибів і ягід тощо. Світовий досвід, зокрема Чехії, Словаччини, Угорщини свідчить, що пропоновані туристам послуги можуть бути досить різноманітними, як і, до речі, умови проживання: мешкання в сільському будинку чи ночівля на сіновалі, їзда на конях чи сільськогосподарських машинах, залучення туристів до сільськогосподарських видів діяльності (скажімо, сінокосу), а також до різних культурних заходів, заняття живописом чи народними промислами, відвідування бані та ін.

Проте, незважаючи на потужний туристичний потенціал сільської місцевості України, наявність значних історичних, культурних і природних ресурсів, темпи розвитку сільського туризму – недостатні. Він зорієнтований здебільшого на внутрішнього споживача, а нерідко жителів свого регіону. За таких умов останні користуються послугами цього виду туризму не лише під час відпустки, а й дозвілля. За таких умов туристичні об'єкти можна віднести до категорії подвійного призначення. В цілому сільський туризм, який має сформувати нове економічне обличчя села, потребує залучення сюди інвестицій для створення необхідної інфраструктури, сприятливого режиму для національних (сільських) виробників туристичного продукту, для притоку інвестицій з боку приватного бізнесу насамперед в найпривабливіші для туризму території. Такий підхід означатиме визнання державою важливості сільського туризму в стимулюванні створення тут нових робочих місць. У цьому контексті заслуговує на увагу досвід Туреччини, яка окреслила перед собою завдання

– в найближчих 10–15 років вийти у світові лідери за обсягом як в'їзного туризму, так і надходжень від нього.

Ця країна ще в 1982 р. прийняла закон “Про інвестиції в галузь туризму”, згідно з яким виробникам туристичного продукту надають наступні преференції:

- пільгове кредитування інвестиційних проектів у сфері туризму і надання для їх реалізації земельних ділянок в оренду на 49 років;
- вилучення із оподаткованої бази 40% інвестиційних витрат;
- відсутність оподаткування на ПДВ вартості придбаного обладнання та оснащення туристичних об'єктів місцевого виробництва тощо.

Розвитку сільського туризму має сприяти агротуристичне кооперування, що дає змогу значно розширити асортимент пропонованих послуг. Тобто, крім традиційних видів послуг, за умов кооперування надають спортивно-розважальні послуги. Такий підхід сприяє індивідуалізації споживчого попиту, використанню як масово стандартизованої, так і диференційованої пропозиції туристичних товарів і послуг, концентрації капіталу і технологічних процесів в індустрії туризму. А це, своєю чергою, обумовлює необхідність посилення уваги до проблем маркетингових досліджень, стратегій і планування сільського туризму.

Сільський туризм потребує нової маркетингової концепції, яка відповідала б новим реаліям, своєю чергою, не потребує врахування тенденцій розвитку ринку туристичних послуг у цілому. Методологія формування сільського туризму, ринку відповідних послуг передбачає врахування факторів, що впливають на розвиток сільського туризму, обґрунтування варіантів його перспектив.

Гальмують розвиток ринку туристичних послуг недостатній рівень конкуренції, незначний асортимент послуг, невисока кваліфікація персоналу, недостатньо гнучка політика зниження цін на ті чи інші послуги; відсутність моніторингу за ефективністю застосовуваних форм і методів державної підтримки сільського туризму. Тому з метою забезпечення його ефективного розвитку в умовах ринкової економіки необхідною є комплексна оцінка туристичного потенціалу для отримання повної та достовірної інформації про величину цього потенціалу, тенденції і динаміку його розвитку й ефективності використання.

Визначення зростаючої ролі сільського туризму в створенні нових робочих місць, зниження бідності, розвитку малого бізнесу, в підвищенні темпів економічного зростання виражається у виявленні стратегій економічного розвитку сфери сільського туризму як у розвинутих країнах, так і в Україні. Адже при розробленні стратегії розвитку туристичної сфери на селі необхідно орієнтуватися на наявні туристично-рекреаційні ресурси. Стратегія, тобто план дій, який має забезпечити умови для зміни структури споживання в бажаному напрямі. Успіх стратегії буде тим кращим, чим більше будуть враховані інтереси та бажання споживачів відповідних туристичних послуг. Із цією метою необхідно активніше пропагувати різні види туризму на селі. Серед останніх може бути культурний туризм, тобто туристичні поїздки, походи з метою відвідування будь-яких регіонів, місцевостей, центрів туризму для ознайомлення з пам'ятниками природи, історії, культури, побутом і традиціями місцевого населення, народними промислами, досягненнями в науці, культурі, будівництві тощо. Тією чи іншою мірою елементи культурного туризму є у практично всіх туристичних поїздках.

Висновки. Таким чином, туристична сфера в сільській місцевості спроможна не лише активізувати діяльність у сфері туризму, а й стати важливим інструментом стимулювання економічної активності громадян, зростання їхнього трудового потенціалу, підвищення життєвого рівня як тих, хто надає туристичні послуги, так і тих, хто їх споживає. Сільські жителі без посередників можуть продати продукцію, виробниками якої вони є, а відпочиваючи – її придбати. При цьому велику увагу приділяють поліпшенню екологічної обстановки, створенню екологічно чистої продукції, забезпечення нею тих, хто відпочиває у сільській місцевості.

Таким чином, розвиток туризму на селі – це свого роду соціальний амортизатор, який дає змогу суттєво підвищити зайнятість сільських жителів, уникнути міграції та негативних соціальних явищ.

Література

- 1.Ефременко Н. *Сельский туризм и агробизнес – понятие совместимые // Туризм и практика, проблемы, перспективы.* – 2007. – № 2. – С. 62–64.
- 2.Здоров А. Б. *Агротуристичний комплекс: прогнозування регіонального розвитку.* М.: Турист. – 2007. – 168 с.
- 3.Мартышенко Н. С., Мартышенко С. Н., Гусев Е. Г. *Модели формирования структурных сдвигов регионального туристического комплекса. / Регион: экономика и социология.* – 2007. – № 4. – С. 166–177.
4. *Менеджмент туризма: Экономика туризма.* – М.: Финансы и статистика. – 2001. – 148 с.
5. *Портяр М. Э. Конкуренция.* – М.: Издательский дом. Вильямс. – 2001. – 495 с.

6. Ушаков Д. С. *Стратегическое планирование в туризме.* – Ростов-на-Дону: Феникс. – 2007. – 285 с.