

Технологические преимущества агропромышленного комплекса региона характеризуются эффективным использованием инновационных технологий в производстве и переработке сельскохозяйственной продукции и являются его конкурентным преимуществом, обеспечивая, таким образом, сокращение производственных затрат, снижение себестоимости сельскохозяйственной продукции, увеличение эффекта ценовых характеристик приобретаемой продукции.

Инновационные преимущества агропромышленного комплекса региона являются его конкурентным преимуществом и проявляются посредством динамичного обновления номенклатуры и ассортимента сельскохозяйственной продукции, обеспечивая значительное повышение качественных параметров продукции и, как следствие, увеличение потребительского спроса.

Социально-культурные и исторические преимущества развития агропромышленного комплекса региона, как правило, проявляются посредством сохранения традиций в производстве сельскохозяйственной продукции, что предопределяет узкую специализацию сельскохозяйственной деятельности, позиционируя уникальность продукции как конкурентное преимущество.

Учитывая, что агропромышленный комплекс представляет собой сложную систему, включающую многочисленные направления деятельности, связанные с сельскохозяйственным производством, техническим обслуживанием, с переработкой и реализацией продукции, определение конкурентных преимуществ обуславливает необходимость использования подхода, позволяющего выявить преимущества, имеющие отношение к определенному виду деятельности.

Основываясь на современных концепциях теории конкуренции, обоснована необходимость выявления факторов и условий, обуславливающих специализацию сельскохозяйственного производства и характер взаимодействия элементов, образующих структуру комплекса. Реализация данного подхода позволит определить приоритетные виды сельскохозяйственного производства, а также предпосылки, обеспечивающие их преимущество на рынке сельскохозяйственной продукции.

Литература

1. Smith A. The Wealth of Nations. London, 1954. P. 56-57 (А.Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М., 1993. Кн. 1-3. — С. 175-176.
2. Ed. E.H. Chamberlin. Competition: Static Models and Dynamic Aspects. — L.: Oxford University Press, 1984. — P. 326-328; idem. // American Economic Review 45 (May 1985). — 462 p.
3. Edgeworth F. Y. Papers Relating to Political Economy / F.Y. Edgeworth. - London, 1825. Vol. 2. - P. 280-311.
4. Портер Майкл Э. Конкуренция.: Пер. с англ. — М.: Издательский дом “Вильямс”, 2003. - 496 с.
5. Ricardo D. The Principles of Political Economy and Taxation. — London: J.M. Dent, 1955. - 292 p.
6. Кэмпбел Д. Стратегический менеджмент: учеб. / Пер. с англ. Н.И. Алмазовой / Д. Кэмпбел, Дж. Стоунхаус, Б. Хьюстон. - М.: Издательство Проспект, 2003. - 346 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. - М.: “Маркетинг”, 2002. - 892 с.
8. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: учеб. пособ. / Л.С. Шевченко.- Харьков: Эспада, 2004.- 520 с.
9. Денисов Ю.Д. Региональний дискурс: Сутність, еволюція, сучасні уявлення, перспективи розвитку / Ю.Д. Денисов, Л.А. Савельєв, Л.Т. Шевчук // Регіональна економіка.- 2003. - №1. - С. 179 - 185.
10. Экономический потенциал региона: анализ, оценка, диагностика: Монография / А.Н. Тищенко, Н.А. Кизим, А.И. Кубах, Е.В. Давыскиба.- Х.: ИНЖЭК, 2005. - 176 с.

Рецензент докт. экон. наук, профессор И.В. Бережная

338.48

*Чернявая А.Л., ассистент,
Крымский экономический институт
ГВУЗ «КНЭУ имени Вадима Гетьмана»*

**ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМА:
ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ**

Мировая практика свидетельствует о важной роли туризма, основанного на использовании элементов истории народной жизни как с точки зрения получения дохода, так и обеспечении условий для воссоздания исторической природной среды. Поэтому культурный и народно-этнографический аспект заложен в основу развития сельского туризма в зарубежных странах и в Украине.

Экологическая чистота окружающей среды вокруг сельских усадеб и усилия по её поддержке могут быть важными факторами привлекательности для туристов. Оповестить туристов об

экологической принадлежности может специальный знак экологического маркирования, который дается усадьбе после ее проверки и отвечает ряду требований. Система экологического маркирования (eco-labeling) туристической деятельности во всем мире является привлекательным инструментом маркетинга, который влияет на развитие туристического бизнеса и на сохранение окружающей среды. Согласно данным экспертов авторитетной общественной организации The Ecotourism Society, специализирующейся на развитии сельского и экологического туризма, 85% американских туристов отдадут предпочтение туристическим операторам, которые заботятся об окружающей среде.

Вопросам и проблемам развития сельского зеленого туризма в зарубежных странах посвящены научные труды многих ученых, в которых проводятся теоретические и практические исследования данного вида туризма. М.И. Рутинский занимается изучением европейского опыта организации сельского зеленого туризма таких стран как США, Великобритании, Франции, Испании, Австрии и других зарубежных стран [3, с. 49].

Ассоциация Евро академии и Карпатского фонда в Украине в проекте «Розвиток сталого сільського туризму – зміцнення скромності лідерів сільського розвитку» определили, что «сельский туризм - это не просто альтернатива до других, более обычных форм отдыха, это настроение к которому туристы активно ищут поиск отдыха именно в сельской местности» [4, с. 12].

Целью статьи является сравнительная характеристика европейского опыта организации сельского зеленого туризма и организация сельского зеленого туризма в Украине.

Для реализации поставленной цели было решено несколько задач: представлена сравнительная характеристика категоризации жилья европейских стран и украинских усадеб, предложена структура маркетинговых информационных систем (рекламы) для привлечения туристов.

Приоритетность появления сельского зеленого туризма как составной части международного туризма приписывают себе Франция и Швейцария. Еще в начале XVIII ст. во французских и швейцарских Альпах появляются первые гостевые домики-шалы для обслуживания экспедиций британских туристов.

Сельский зеленый туризм получил массовое развитие в мире во второй половине XX ст. Именно тогда в США и Великобритании появляется концепция «BED&Dreakfast» – временное проживание в пустых комнатах домиков, независимо от места их расположения. Со временем из спектра ночных мест типа «B&B» отделяется отдых в собственных сельских домах и мини отелях, расположенных в сельской местности. Сейчас к сектору сельского зеленого туризма принято относить отдельные категории ночлежных мест типа «B&B»:

B&B cootage – это временное проживание (6-7 дней) в полностью арендованном коттедже, который находится в курортно-рекреационной зоне на территории, которая имеет статус сельской местности. В мире такие коттеджи, как правило, сдаются на берегах морей, озер и в горах.

B&B farm vacation – это места, ориентированные на обслуживании семей с детьми в сельской местности с ценными рекреационными ресурсами. Сезонное пребывание создано для городских детей разных возрастных категорий во время школьных каникул, где есть возможность общаться с ровесниками, познавать природу и отдыхать в «домашней» атмосфере отдельно от родителей.

B&B homestay – это временное проживание (5-7 дней) в семье сельского жителя совместно с его семьей в специально отведенных для гостей комнатах. Пребывание в селе сопровождается введением гостей в традиционную жизнь сельской семьи, её быт и культуру.

B&B farmstay – это временное проживание (5-7 дней) в семье фермера, либо кемпинге на территории фермерского хозяйства. Гости фермера имеют возможность покупать и потреблять его продовольственную продукцию и брать участие в отдельных сельскохозяйственных работах на ферме [2, с. 624].

В начале XXI ст. индустрия сельского туризма определяется экспертами МТО как наиболее динамично возрастающий сектор мирового туристического хозяйства.

Социологические исследования, которые постоянно проводят эксперты Европейской федерации фермерского и сельского туризма выявили, что рынок потребителей агротуристических услуг в Европе имеет такие данные:

из 100% туристов, которые пользовались услугами сельского туризма – 35,2% это «побег» от напряженного ритма городской жизни и возможностью расслабиться, 20,2% – возможность соединения отдыха с активными самостоятельными путешествиями (походы в горы или автомобильные поездки) для ознакомления с историко-культурными ценностями территории, 17,3% выделили, что их путешествие было вызвано потребностью отдыха на природе общением с миром животных, 10,4% – с целью семейного отдыха (больше внимания уделять семье и детям), 5,0% – занятие спортивным туризмом и использование для этого дешевой ночлежной базы, 11,9% – указали на другие приоритетные цели;

услугами сельского туризма пользуются, главным образом, молодежь (до 33 лет), которая проживает в больших городах, этот сегмент составляет 86,7% суммарного количества агротуристов;

хотя сельский зеленый туризм зародился в странах Европы, лидерство по объемам развития, по исследованиям последних десятилетий, стабильно удерживает США. Согласно с недавними маркетинговыми исследованиями [7], почти 2/3 всех совершеннолетних граждан США, а это 87 млн. чел., осуществили одну поездку в сельскую местность с целью отдыха за последние три года.

Кризис в сельскохозяйственном секторе также является одной из причин современного развития сельского зеленого туризма. Фермерство заменяется агробизнесом, а механизация и модернизация полностью изменяют картину сельской действительности. Фактически во многих сельских регионах Европы сельское хозяйство перестало быть самой важной формой использования земли и самой важной деятельностью сельской общины. Доля общин, работающих в сельскохозяйственном секторе в Греции, составляет 30% от их общего количества, в Португалии – 24%, в Испании и Ирландии – 17%, в Италии – 12%, в Бельгии, Дании, Нидерландах и Великобритании – от 2% до 7%. Следовательно, необходимо найти новые виды деятельности, которые бы заменили или дополнили сельскохозяйственную деятельность. Поиск подходов к решению этой задачи объясняет повышенную заинтересованность в сельском туризме, что при быстром развитии может оживить сельские регионы многих стран. Статистические исследования показывают, что 35% горожан в ЕС отдают предпочтение отпуску в сельской местности, а в Голландии их доля особенно высока – 49%.

Нарастающая популярность сельского зеленого туризма побудила многих английских фермеров организовать предложения более разнообразных услуг на своих фермах. Сельский туризм в Англии становится все более привлекательным еще и потому, что предлагается исключительно по доступным ценам и со специальными скидками для детей. В Юго-западной Англии реставрируют старые фермы для туристических семей, они роскошно оборудованы, при частично сохраненной старой мебелировкой, что пользуются большим успехом у туристов. В Ирландии усадьбы проходят обязательную классификацию и получают «звезды» как гостиницы, стены их домов украшаются соответствующим количеством зеленых листов. Найти «зеленое жилье» помогают специальные указатели, справочники, каталоги, реклама.

В Венгрии у хозяина, принимающего отдыхающих, доходы от 10 койко/мест не облагаются налогом; в Румынии рассматривается вопрос об освобождении от налогов таких хозяев в течение 15 лет; в Австрии крестьяне, которые занимаются приемом гостей, имеют льготы по налогообложению уже в течение 40 лет; в Польше не облагаются налогом доходы от предоставления туристам не более 5 комнат для проживания и питания [3, с. 59].

В Австрии «Райффайзенбанк» выделил с 1982 г. ссуды фермерам, которые занимаются туризмом, но активно вмешивается в их деятельность. Он объединяет 30 ферм, отвечающих определенным требованиям (наличие душа, балкона, достаточной жилой площади для приема туристов, общего помещения для общения туристов), а также заботится об их популяризации, информировании клиентов и т.п.

В Германии в начале 1980-х годов была разработана концепция механизма туризма в периферийных регионах. Её основная цель – предложение на туристическом рынке дешевого отдыха на природе, без использования дорогой инфраструктуры и при предоставлении комфортных условий проживания.

В Италии нарастает заинтересованность к пребыванию в монастырях, возле которых возникают специальные гостиницы. Показателен пример одного монастыря возле Сиены, где гостиница обслуживается монахинями-августинками. Распорядок для туристов связан с солнцем: туристы встают на заре, идут на утреннее богослужение, работают в монастырском огороде. Жизнь течет неторопливо, спокойно, по-сельски [3, с. 52].

Бесспорны успехи Франции в предложении на рынке туристических услуг такого специфического продукта, как отдых в сельской местности. С 37 миллионов иностранных туристов, которые ежегодно посещают страну, около 7 миллионов отдают предпочтение именно отдыху в селе [1, с. 361].

В Украине сельский зеленый туризм как вид туризма возник недавно. В 1996 г. в Украине образовалась «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні». Как отдельный вид туризма, развитие которого является приоритетным направлением государственной политики отражается в статьях 4 и 6 Закона Украины «Про туризм», №324 от 15.09.1995г. [6]. Право личных сельских хозяйств заниматься сельским зеленым туризмом отмечено в статье 1 Закона Украины «Про особисте селянське господарство», №742 от 15.05.2003г. [6].

Проект Закона Украины «Про сільський зелений туризм» принят был в 2004 г., но до сих пор не утвержден Верховной Радой Украины.

Впервые в Украине была разработана система определения класса жилья в системе сельского зеленого туризма, адаптированная к европейским требованиям. На ее базе была создана электронная версия первого крымского каталога по сельскому зеленому туризму. Каталог включает в себя 50 усадеб по 4 категориям от европейского стандарта до проживания без удобств [7, с.65].

Несмотря на то, что сельский зеленый туризм в Украине как вид туризма появился недавно, он очень быстро стал популярным как для отдыхающих так и для хозяев сельских домов. Большое распространение сельский зеленый туризм получил в Карпатском регионе, Закарпатье, Слобожанщине, Полесье, Подолье, Буковине и в Крыму.

Украина имеет чрезвычайно большие туристско-рекреационные возможности. Почти 15% территории это зоны отдыха, горные и приморские ландшафты, приднепровские зеленые зоны где чистые реки, воздух, горы, где сохранены национальные традиции, фольклор, музеи, церкви и другие прекрасные архитектурные памятники. Исторически сложилось более 500 населенных пунктов, которые имеют уникальное историко-культурное наследие. Охраняется государством около 30 национальных и региональных парков и усадеб известных деятелей украинской культуры.

Выдающимися являются лечебные ресурсы – более 400 источников минеральных вод и более 100 месторождений целебных грязей, обилие уникальны не только для Украины, но и для Европы.

Значительная часть этих ресурсов сосредоточена в пределах сельской местности (69,3 % от территории страны) и в пределах лесных угодий, площадь которых составляет 17,2%. В селах Украины насчитывается 6,3 млн. жилых домов, из которых 98% находятся в частной собственности.

Среднегодовое количество трудоспособного населения, проживающего в селах, составляет 6,4 млн. человек, из них более 0,5 млн. официально зарегистрированы как безработные, 3 млн. человек относятся к категории незанятого населения [6].

Если будет должным образом задействовано такое богатство материальной и духовной культуры Украины, в сельском зеленом туризме положительный результат не заставит себя ждать.

Привлекательность сельского зеленого туризма состоит не только в доходе владельцам домов, но и других жителей села. Создаются новые рабочие места в сфере обслуживания туристов, увеличивается спрос на продукты питания, сувенирную продукцию и изделия местных мастеров, активизируется строительство и транспортные услуги.

Экологическая чистота окружающей среды вокруг усадеб, занимающихся сельским зеленым туризмом и её поддержание на высоком уровне, могут стать существенным фактором привлекательности для увеличения потока туристов.

Оповестить туристов об экологической чистоте усадьбы может специальный знак экологического маркирования, который дается усадьбе после проверки её соответствия определенным условиям.

В настоящее время в Украине утверждена система экологического маркирования агроусадоб знаком «Зелена садиба». Знак и сертификат «Зелена садиба» – подтверждение того, что усадьба соответствует ряду требований к сохранению окружающей среды и поддержанию развития региона (рис. 1).



Рис. 1. Знак и сертификат «Зелена садиба», утвержденные Союзом развития сельского зеленого туризма в Украине

Этот знак может увеличить популярность усадеб среди экологически осведомленных туристов. Знак утверждался Союзом развития сельского зеленого туризма в Украине в 2004 г. и может использоваться как маркетинговый инструмент.

Знак «Зелена садиба» имеет 3 уровня. Для проведения сертификации в усадьбу приезжает инспектор, который проверяет соответствие усадьбы определенным требованиям. Собранные инспектором информация передается в комиссию, утвержденной Спілкою, которая утверждает решение о наделении знаком «Зелена садиба» [5, с.44].

Для владельца такого знака привлекательность усадьбы обеспечивается двумя факторами: повышенным спросом со стороны туристов и первоочередным продвижением его услуг на рынок Союзом (через сайт) и государственными стандартами. Первый из этих факторов, повышение спроса в настоящее время срабатывает относительно зарубежных туристов, которые являются желанными гостями в украинских селах благодаря высокой культуре и платежеспособности. Что касается продвижения на рынок, то эффективность этого процесса в значительной мере зависит от

согласованности экологического маркирования и высокого уровня туристического сервиса. Только качественные услуги могут быть предметом маркетинговых усилий.

Развитие сельского зеленого туризма приводит к такому росту социально-экономических показателей, которые не приводят к истощению ресурсов, а наоборот, предполагает качественное и количественное обновление. С этой точки зрения отдых в селе является одним из наиболее перспективных направлений возрождения украинского села.

Интерес к сельскому у зеленому туризму в мире повсеместный. Вместе с тем, каждая страна стремится создать собственную национальную модель развития сельского зеленого туризма. Следует отметить, что сельский туризм может развиваться не везде, а лишь в регионах, не охваченных деятельностью, которая загрязняет окружающую среду. В ряде развитых западноевропейских стран, таких как Франция, Великобритания, Голландия, Ирландия, Германия, Испания, занятие сельским зеленым туризмом поощряется на национальном уровне.

Сельский зеленый туризм создает новые рабочие места и приносит реальный доход регионам, а также позволяет найти средства и способы для сохранения природы. Во многих развитых странах развитие этого вида туризма стало главным направлением охраны и воссоздания национальных сельских ландшафтов – именно таким образом удалось сберечь прекрасные альпийские луга Швейцарии, мельницы и каналы Нидерландов, старые парки и виллы Италии.

Таким образом, из зарубежного опыта видно, что развитию сельского зеленого туризма помимо самих владельцев усадеб способствует государство, так как данный вид туризма является перспективной зоной развития в туристической отрасли, а также с помощью развития этого вида туризма будет происходить поддержание сельской местности и чистоты природы.

Сравнительная характеристика европейского опыта организации сельского зеленого туризма и организация сельского зеленого туризма в Украине имеет ряд отличий, вследствие чего темпы развития сельского зеленого туризма в Украине значительно ниже, чем в европейских странах, а именно в Украине: отсутствует государственная политика, направленная на поддержку развития сельского зеленого туризма; отсутствуют единые требования к классификации объектов сельского зеленого туризма; ограничен доступ к информации о развитии системы сельского зеленого туризма и к опыту эффективно действующих владельцев усадеб, работающих в системе сельского зеленого туризма более 3-5 лет; слабы информационные средства и технологии с данными о клиентской базе и информированием клиентов о предложениях по услугам отдыха в селе; отсутствуют государственные институции для продвижения зарубежного въездного туризма.

Литература

1. Butler R.W. Tourism and Recreation in Rural area / R.W. Butler .N.-Y.: John ViCeys Sons, Inc. 1998. -261 p.
2. Goeldner Charles R., Ritchie J.R. Rrent Tourism: Principles, practices, philosophies / Charles R. Goeldner, J.R. Ritchie .- 9th.ed. –N.-Y: John ViCeys Sons, Inc. 2002.- 624 p.
3. Рутинський М.І. Сільський туризм: навч. посіб. / М.І. Рутинський, Ю.В. Зінко.– К.: «Знання», 2006.-49-60с.
4. Тематичний довідник «Розвиток сталого сільського туризму» пер.проф. М. Дауера. –червень 2007. -12с.
5. Васильєва Н. Сільський туризм: рекомендації щодо розвитку / Н. Васильєва // Туризм сільський зелений. Науково-популярний журнал. -2003. -№4. –44с.
6. Сайт Спільки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні.- Режим доступа: www.gremtour.com.ua
7. Официальный сайт организации сельского зеленого туризма в США.- Режим доступа: www.duderanchvacations.com

Рецензент докт. екон. наук, профессор С.П. Наливайченко

331.101

*Долгополова Г.В., ст. викладач,
Кримський економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

СТРУКТУРА ТА ВМІСТ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ КРИМУ

На тлі кризових явищ в світовій економіці попит на послуги туристичних підприємств Криму впав більш ніж на 20%. Чисельність організованих відпочиваючих впала з 1,3 млн. осіб в 2008 році до 1,07 млн. осіб в 2009, а середня кількість обслугованих туристів 1 працівником і 1 ліцензіатом скоротилася більш ніж на 25% [1, с. 2, 11]. Сучасні підходи до управління персоналом не змогли забезпечити прийнятний рівень конкурентоспроможності туристичної галузі Криму. Це пов'язано з тим, що споживачі стали розбірливими не лише при виборі місця подорожі, але і при виборі пропонованої якості обслуговування. Від персоналу туристичних підприємств Криму тепер