

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ АГРОТУРИЗМУ ЯК ЕКОНОМІЧНОГО ФАКТОРУ РОЗВИТКУ

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

***Анотація.** Доповідь присвячена актуальній проблемі економічного розвитку на основі підвищення ролі і потенціалу туризму, зокрема сільського, як фактору піднесення економічного стану сільських регіонів України. Також авторами дано оцінку стану цієї сфери бізнесу, розкрито аспекти проблем та перспектив її розвитку. Визначено основні фактори, які впливають на рівень потенціалу агротуризму.*

Ключові слова: економіка, туристичний бізнес, агротуризм, потенціал, державна підтримка, регіони.

RESEARCH OF ECONOMIC CONTENT OF THE TERM "OUTSOURCING OF DIGITAL SERVICES"

***Abstract.** The report is devoted to the current problem of economic development based on increasing the role and potential of tourism, in particular rural, as a factor in raising the economic condition of rural regions of Ukraine. The authors also assess the state of this area of business, reveal aspects of the problems and prospects for its development. The main factors influencing the level of agritourism potential are identified.*

Key words: economy, tourism business, rural tourism, potential, state support, regions.

Агротуризм представляє собою особливий вид туризму, що об'єднує форми організованого та неорганізованого відпочинку туристів у сільській місцевості з метою залучення до сільської природи, знайомства із сільським способом життя, з традиціями ведення сільського господарства (на професійному та непрофесійному рівні). В цьому випадку приплив туристів у сільську місцевість пояснюється їх дійсним бажанням провести вільний час на лоні агроландшафтів, відчути специфіку сільського побуту та організації дозвілля, навчитися спілкуватися та навіть працювати разом із сільськими жителями.

Аналіз наукової літератури дозволив виділити приклади трактування поняття агротуризму [1-19]:

а) агротуризм – подорож і відпочинок городян на сільських територіях у гостьових будинках, створених сільською сім'єю, що має власну сільську територію та розташовану на ній садибу, що представляє загалом фермерське господарство. Саме сільська сім'я в даному випадку забезпечує проживання, харчування та знайомство з місцевими сільськими пам'ятками [11];

б) агротуризм – подорож поза містом в межах території з мінімальною чисельністю населення;

в) агротуризм – галузь туристичного бізнесу, головною особливістю якого є рекреаційні види діяльності на природі, наприклад, фотографування та спостереження за природою, риболовля та полювання, спортивна та пригодницька діяльність;

г) агротуризм – це комплекс різних послуг, що включають проживання, організацію туристичних походів, що передбачає безпосередню участь туриста в житті сільського населення [9];

д) агротуризм – це цілеспрямована подорож туристів на сільській території, що включає низку таких послуг як: відпочинок, проживання, організація екскурсійного обслуговування та спортивних заходів, а також цілий ряд активних видів туризму. Таким чином, сільський туризм – це спеціалізований вид туризму, що включає елементи організованого та неорганізованого відпочинку мандрівників на сільській території з метою їх залучення до місцевої природи, способу життя населення та ознайомлення з місцевими етнокультурними.

Сьогодні сільський туризм у світі має величезний потенціал. Так у розвинених Європейських країнах сільський туризм за популярністю посідає друге місце після курортного. Частка доходів від сільського туризму перевищує 25%. У сегменті сільського туризму зосереджено до 15% місць розміщення. У цьому прямі туристські витрати на сільському туризмі перевищують 50 млрд. \$, а загальний ефект економіки сільській місцевості становить понад 70 млрд. \$. [1, 7, 9]. Україна має

унікальні природно-кліматичні та культурно-історичні особливості, що дозволяють розвивати практично всі популярні види туризму, одним з яких є агротуризм. Частка агротуризму в Україні поки що невелика і на сьогоднішній день, за даними українського управління туризму, становить 1,5–2%. Проте в Україні є всі передумови розвитку цього виду туризму. Сільський туризм є не просто галуззю туристичної індустрії, але виконує такі важливі соціально-економічні функції [2]:

- створення привабливих робочих місць, у тому числі для сільської молоді та жінок;
- облаштування сільських територій;
- комплексне використання природних та культурних потенціалів не урбанізованих територій.

Агротуризм як окремий вид туристичного бізнесу має свої особливості організації [1, 2, 5, 13]:

а) агротуризм умовно є одним з найбільш економічних видів туристичного бізнесу, в якому, як правило, немає особливих витрат на утримання штату співробітників, немає великого господарства, лише невеликі витрати на сезонний ремонт та різноманітних робіт;

б) ресурсна база та сама специфіка агротуризму обумовлює можливість створення тихої та затишної атмосфери, тобто клієнт не турист, а гість. Це дозволяє формувати постійну клієнтуру, яка вибирає відпочинок у сільській місцевості щороку;

в) відносна безпека інвестицій, що вкладаються в сільському туризмі, тому що тут інвестиції для господаря будуть здійснюватися у власну справу. Однак, якщо йдеться про позикові кошти, необхідно проводити оцінку ризиків для того, щоб забезпечити завантаження та ефективне використання інфраструктури;

г) основним напрямком забезпечення ефективного функціонування сільського гостьового господарства є співвідношення «ціна-якість», яке або дозволяє утримувати конкурентоспроможні ціни щодо низькі ціни, або обґрунтовувати підвищення ціни рахунок поліпшення якості. Ціновий фактор є одним із найважливіших при формуванні споживчого попиту. Якщо ціна за послуги гостьового будинку буде конкурентоспроможною, а умови проживання та харчування будуть на гідному рівні для даної ціни, то немає підстав вважати, що запропоновані послуги не матимуть попиту.

Існування та функціонування туризму безпосередньо залежить від рівня розвитку регіону та його територіальних утворень, особливо не урбанізованих територій. Основними суб'єктами економіки є міста та сільські населені пункти. Дотримання балансу розвитку міст та сіл визначається необхідністю раціонального розміщення трудових ресурсів. У разі приросту населення цей процес відбувається природним чином, і дозволяється шляхом міграції частини сільського населення міста. Але за умов, коли відбувається руйнація природного ходу відтворення населення, найважливішим із завдань стає збереження демографічного потенціалу села. Ціль економічного розвитку – підвищення сукупного потенціалу національної економіки країни. У свою чергу, економічний потенціал визначає можливий економічний результат від використання всіх видів ресурсів, і насамперед передбачає взаємовигідне співробітництво між містом та селом.

З огляду на те, що історично село було постачальником не лише продовольчих товарів та сировини, а й трудових ресурсів, необхідно вжити практичних заходів щодо відновлення демографічного потенціалу села, який багато в чому визначається розвитком територіальних та організаційно-правових форм функціонування системи «ферма – подвір'я – кооператив». У зв'язку з переходом до ринкових відносин суттєво змінилися умови фінансово-господарської діяльності на селі. Особливо це торкнулося територіально віддалених не урбанізованих територій. Як і раніше, відбувається скорочення чисельності сільського населення, за п'ять останніх років воно скоротилося майже на 3%. Безробіття у значній частині віддалених поселень вже кілька років перевищує критичний рівень 12%, нею охоплено досить велику кількість сільських мешканців [1, 3, 18].

Збереження в сільських поселеннях близько 15% населення з доходами в два і більше рази нижче за межі бідності створює реальну загрозу стабільності в сільському соціумі. Натуральні доходи більшості особистих підсобних господарств забезпечують лише необхідний мінімум харчування, але не вирішують проблему грошових надходжень та забезпечення рівня життя. Вихід із становища бачиться в організації різних видів несільськогосподарської діяльності. Це – розвиток сільського туризму, відродження народних промислів, створення сільській місцевості підприємств із переробки сільськогосподарської продукції і на випуску товарів широкого споживання, вирощування екологічно чистої продукції та інших [1, 2, 16].

Крім забезпечення зайнятості розвиток сільського туризму на не урбанізованих територіях вирішує низку завдань загально регіонального та національного значення, серед них:

- збереження малих населених поселень, а значить і самотнього сільського побуту;

- поліпшення умов життя сільського населення;
- підвищення реальних доходів сільських жителів;
- закріплення молоді на селі за рахунок створення нових робочих місць у цій сфері;
- стимулювання вивчення народних звичаїв, обрядів та традицій;
- відродження та пропаганда традиційних цінностей та способу життя селян;
- можливість збуту продукції особистих підсобних господарств;
- розвиток народних промислів та ремесл на не урбанізованих територіях;
- регламентування використання природних об'єктів, що зберігає навколишнє середовище;
- збереження культурної та історичної спадщини не урбанізованих територій.

Однак очевидно, що існують комплексні проблеми у сфері розвитку даного виду туризму, які мають гострий та системний характер. Існуючих проблем набагато більше, ніж передумов для поступального розвитку цього напряму туристичного ринку України. Для їх вирішення необхідні новий підхід та програмно-цільовий метод, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність сільських не урбанізованих територій, задовольнити зростаючий попит на якісні туристські послуги та забезпечити умови для сталого розвитку туризму на селі. Таким чином, аналіз свідчить, що сільський туризм нині має величезний потенціал у розвитку сільських територій. Реалізація даного потенціалу залежить, насамперед, від вирішення проблем, що перешкоджають розвитку агротуризму, розв'язання цих проблем є насамперед прерогативою органів державної влади та місцевого самоврядування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Грехов Д.В., Юрченко А.В. Сельский туризм и его роль в развитии экономики государства и региона // *Экономика и управление: теория и практика*. Ярославль: Канцлер, 2018. С.49-60.
2. Полякова И.Л., Григорьева М.П. Сельский туризм: классификации и особенности организации // *Сервис в России и за рубежом*. 2017. №5 (75). С.31-41.
3. Перерва П.Г., Глізнуца М.Ю. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 4. С. 11-19.
4. Волченко А.С., Перерва П.Г. Перспективы развития туризма впечатлений в Харьковской области // *Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки: зб. тез доп. міжн. наук.-практ. конф. Ч1. Рівне: НУВГП, 2020. С.240-243.*
5. Приходько Е.Г., Перерва П.Г. Маркетинг вражень в індустрії туристичного бізнесу // *Управлінська діяльність: досвід, тенденції та перспективи : матеріали 3-ї Всеукр. наук.-практ. конф. Харків : ХНУБА, 2021.*
6. Tkachova, N.P., Pererva P.G., Kobieliava T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч. 2. С. 144-149. doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2(10)-144-149
7. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А., Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия // *Вестник НТУ "ХПИ" : сб. науч. тр.* Харьков: НТУ "ХПИ", 2009. №36-1. С. 12-22.
8. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
9. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // *Вісник НТУ У «ХПИ»(екон. науки) : зб. наук. пр.* Х.: НТУ „ХПИ”. 2018. № 37(1313). С. 27-32 .
10. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38. doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03
11. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с.
12. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
13. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПИ"*. Харків : НТУ "ХПИ", 2017. № 24. С. 153-158.
14. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
15. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38. doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03
16. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч.посібник для інж.-техн.вузів.*- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
17. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
18. Грабченко А.И., Смоловик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.242с.

19. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobielieva T.A. Compliance program: [tutorial].– Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.

Свистунова Карина Русланівна – студентка Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», e-mail: Karyna.Svystunova@emmb.khpi.edu.ua

Глізнуца Марина Юріївна – канд.екон.наук, доцент кафедри економіки бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», e-mail: Maryna.Gliznutsa@khpi.edu.ua

Перерва Петро Григорович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», e-mail: pgpererva@gmail.com

Svistunova, Karina Ruslanovna – student of the Department of Business Economics, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", e-mail: Karyna.Svystunova@emmb.khpi.edu.ua

Gliznutsa Marina Yuriyivna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Business Economics, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", e-mail: Maryna.Gliznutsa@khpi.edu.ua

Pererva Petro Gryhorovych – Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Business Economics, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", e-mail: pgpererva@gmail.com