

УДК 338.48-44(1-22):330.34.014-026.23:005.591.3(477)

Важинський Ф.А.

к.е.н., старший науковий співробітник

ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України»

м. Львів, Україна

Лалакулич М.Ю.

к.е.н., доцент

доцент кафедри бухгалтерського обліку

Ужгородський торговельно-економічний інститут

Київського торговельно-економічного університету

м. Ужгород, Україна

НАПРЯМКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПЕРЕВАГ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туризм є однією з небагатьох галузей національного господарства, де спостерігається постійна тенденція до збільшення кількості робочих місць і стабільних надходжень до Державного бюджету. В останні роки поряд зі старими (традиційними) поступово розвиваються і нові (поки що нетрадиційні) види туризму. Одним з альтернативних шляхів підвищення рівня життя сільського населення, охорони навколишнього природного середовища, поліпшення екологічної ситуації у сільській місцевості Концепцією Державної цільової програми сталого розвитку сільських територій на період до 2020 р. визначено розвиток сільського аграрного туризму, народних промислів, підприємництва тощо [1].

Україна має унікальну можливість отримати місце на світовому ринку туристичного продукту за рахунок нових територій, що можуть відвідати туристи, та альтернативних видів туризму, до яких ми відносимо і сільський зелений туризм.

Основні ідеї розвитку сільських територій – перетворення сіл регіону в потужний рекреаційний центр, що виділяється різними туристично-привабливими об'єктами, зі збереженими природою, культурою та змогою надати туристу різноманітні види агротуристичних послуг, підвищення рівня добробуту сільського населення, та повернення молоді до села [2].

Перспективні дії, що надають можливість успішно розвивати туризм регіону: природний, історичний та культурний потенціал району здатен привернути увагу як вітчизняних, так і закордонних туристів. У сучасних економічних умовах сільський зелений туризм може виступити певним стабілізатором для економіки села надасть можливість підтримати сільських мешканців, поповнити їх сімейні бюджети, розвивати побутову та соціальну інфраструктуру села.

Нині проглядається два шляхи розвитку сільського зеленого туризму, які можна використати для розвитку регіону: 1) можливість використання наявних потенціалів сільського регіону, житлового фонду сільських мешканців, організаційну, історичні та етнографічних осередків; 2) створення нових

сільських приміщень за рахунок переобладнання існуючого житлового фонду села та нового будівництва з урахуванням потреб сімейного, молодіжного, культурного, дитячого, рибальського та інших видів туризму.

Наявність широкого спектру туристичних ресурсів дають можливість в перспективі удосконалити та структурувати форми агротуризму: історико-архітектурний, екологічний, етнографічний, пізнавальний, тури вихідного дня, рибальсько-полювальний, кінний, піший, соціальні види туризму, а також розвивати в регіоні нетрадиційні види туризму: екстремальний, спортивний та інші види. Усі ці тури можуть комбінуватись по-різному та викликати живий інтерес в туристів як нашої країни, так і закордонних. Важливо доповнювати ці тури додатковими послугами та індивідуальними побажаннями туристичних груп. Якщо врахувати та передбачити всі потенціали та можливості, можна досягти чималих успіхів у розвитку агротуристичної галузі регіону.

Важливим чинником, який має вагомий вплив на сільський зелений туризм, є сезонність. Завантаженість на господаря в сезони, які співпадають зі збиранням урожаю та сівбою, збільшується. У таких регіонах, як гірські, сезон відпочинку туристів припадає здебільшого на зимовий період часу, у зв'язку з тим, що їх часто в гірських регіонах цікавить гірськолижний спорт. На відміну від гірських регіонів, інші регіони часто приваблюють туристів у літній період відпочинку. Так, їх приваблює наявність пляжів та місць відпочинку на берегах річок, також в осінньо-літній період туристів часто цікавить культурна та архітектурна спадщина регіону.

Відповідно до періоду відпочинку також змінюються і ціни на агротуристичний продукт, які мають здатність до варіацій відповідно з сезоном. Так, взимку вони нижчі, влітку значно вищі.

Сезонність відіграє важливу роль в організації агротуристичної діяльності, потрібно чітко розпланувати сільському господарю свою зайнятість як в сільському господарстві, так в агротуристичній діяльності, адже, як вже зазначено вище, найбільше навантаження в діяльності агросадиби припадає на травень та жовтень. На цей період року припадає в травні – висаджування та догляд за огородиною, а в жовтні – завершення збирання урожаю. Тому господар агросадиби має чітко розпланувати свою роботу і визначитись з наймом додаткової робочої сили.

Необхідно також звернути увагу на соціально-економічні вигоди, які можемо спостерігати з розвитком агротуристичної галузі. Жителі сільських територій за допомогою сільського зеленого туризму зможуть значно диверсифікувати своє сільськогосподарське виробництво, з'явиться додатковий ринок збуту як сільськогосподарській продукції, так і послуг, які можуть надавати селяни. Селянин зможе залучити засоби та активи, які раніше ним були забуті чи не використовувались. Наприклад, туристам цікаво буде подивитись на приладдя, якими раніше користувались у сільському господарстві, а нині вони є музейними чи раритетними, але ще чимало їх є в сільських господарствах. Це різноманітні прядки, маслобійки, діжі та інший інвентар, який ми на сьогодні можемо зустріти тільки в селах. Також часто в селах пустують житлові приміщення, які досить

придатні для використання в агротуристичній галузі, вони і можуть служити для отримання значного поповнення сімейного бюджету. Економічні ж вигоди від цієї господарської діяльності – це диверсифікація сільськогосподарського виробництва, розвиток нових форм господарювання на селі, додаткові ринки збуту для сільськогосподарського продукту.

З впровадженням сільського зеленого туризму можна очікувати наступні соціально-економічні ефекти (вигоди): 1) соціальний ефект (створення додаткових робочих місць, подолання бідності та алкоголізму, розвиток особистих селянських господарств, залучення молоді до суспільного життя та виробництва, розвиток сільської інфраструктури); 2) господарсько-організаційний ефект (розвиток і відродження народних промислів, традицій та їх збереження, розвиток нових форм господарювання, диверсифікація сільськогосподарського виробництва в селах регіону); 3) економічний ефект (надання послуг туристам на базі власних осель, надання супутніх послуг туристам); 4) екологічний ефект (екологічна безпека розвитку територій за рахунок детальнішого контролю територій, усвідомлення громадою важливості сприятливої екологічної ситуації для розвитку туризму).

Господарства, які займаються агротуристичним бізнесом, отримують основний процент своїх прибутків від того, що працюють із залученням до свого виробництва сільського зеленого туризму, вони більше реалізують свою продукцію та послуги саме туристам.

Якщо розглядати досвід Польщі, то можна відмітити, що села в яких успішно розвивається сільський зелений туризм, значно швидше відроджуються, тут зменшується міграція молоді в міста, в населення зростає соціальна свідомість, чимало селян виконують громадські роботи, свідомо не вимагаючи платні. Посада вуйта – громадського керівника села, неоплачувана, та є досить престижною і авторитетною. Посада є виборчою, громада сама обирає собі керівника.

Громадяни, які займаються сільським зеленим туризмом, або агротуристикою, як визначається цей вид діяльності в Польщі, переймаються екологією тієї території, на якій вони проживають та ведуть господарську діяльність. Також цікавим є те, що кожна територія має свій національний продукт, який запатентований та узаконений. Отож, відвідавши будь-яке село, де надаються агротуристичні послуги, турист може спробувати неповторну кухню, яка притаманна тільки цій місцевості.

При запровадженні та підтриманні місцевими органами влади певних програм розвитку сільського зеленого туризму на сільських територіях можемо спостерігати такі ефекти: соціально-економічний (детальніший екологічний контроль туристичних територій як державними службами екології, так і самими селянами і їх громадами, додаткові робочі місця, залучення молоді до суспільного життя і виробництва, часткове вирішення проблем бідності та алкоголізму, розвиток побутової інфраструктури).

Список використаних інформаційних джерел

1. Катькало В.С. Международные гостиничные сети: специфика организации и типология стратегий развития / В.С. Катькало, В.Н. Мукба // Вестник Санкт-Петербургского университета. – СПб., 2004. – Вып. 4. – № 32. – С. 3-30.
2. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М. Лифиц. – 2-е изд., доп. и испр. – М.: Юрайт-М, 2001. – 224 с.

УДК 338.488.2:338.487:640.4:339.137:005.332.4

Гаврилко П.П.

к.е.н., професор

*директор Ужгородського торговельно-економічного інституту Київського
національного торговельно-економічного університету*

м. Ужгород, Україна

Колодійчук А.В.

к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів

*Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського національного
торговельно-економічного університету*

м. Ужгород, Україна

ЗАКОНОМІРНОСТІ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Однією з найбільш важливих тенденцій розвитку готельного бізнесу є різке посилення конкуренції на ринку готельних послуг. Конкуренція породжує конкурентне середовище. Конкурентне середовище представлене значною кількістю самостійних (незалежних) організацій, які прагнуть зміцнити своє економічне становище, залучаючи покупців завдяки пропозиції кращих умов продажу порівняно з конкурентами [2, с. 103]. В Україні нараховується на сьогодні більше 4000 готельних підприємств та організацій з супутніми послугами. Ринок готельних послуг являє собою монополістичну конкуренцію з наростанням олігополістичних тенденцій.

Статистична картина ринку готельних послуг України виглядає наступним чином. За 2015-2016 рр. кількість готелів з цілорічним типом розміщення зросла з 1442 од. до 1632 од. на 190 од. [3], або на 13,18%. За цей самий період кількість готелів з сезонним типом розміщення збільшився з 66 до 71 на 5 од., або на 7,6%. В загальному, кількість готелів обох типів збільшилась за 2015-2016 рр. з 1508 од. до 1703 од. на 195 одиниць, тобто на 12,93%. У структурному співвідношенні в сукупності всіх готелів цілорічних абсолютна більшість – 95,83%. Кількість споживачів готельних послуг за аналізований період також зросла на 28,93%: з 775 тис. у 2015 р. до 999,2 тис. у 2016 р. – на 224,2 тис. Сукупний обсяг доходів готельних підприємств України за рік зріс на