

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА УСЛУГ В СФЕРЕ АГРОЭКОТУРИЗМА В КУЛЬТУРНО-ТУРИСТСКОЙ ЗОНЕ «ПИНСКОЕ ПОЛЕСЬЕ»

Т.В. Ильючик¹, В.В. Мацукевич²

¹Полесский государственный университет, durst@tut.by

²Брестский облисполком, naukavlad@mail.ru

Агрозкотуризм является новой перспективной сферой деятельности, способной оказать значительное экономическое, социальное и гуманитарное воздействие на жизнь общества и экономику региона, в котором он развивается, в том числе внести значительный вклад в развитие экономики сельской местности, сформировать спрос на местные товары и услуги, создать дополнительные рабочие места для выпускников и сельского населения [1].

Формирование у субъектов агрозкотуризма (физические лица, постоянно проживающие в сельской местности и ведущие личное подсобное хозяйство, а также (крестьянские) фермерские хозяйства) конкурентных преимуществ, позволяющих эффективно работать, невозможно без знания особенностей рынка, на котором он работает. Рынок услуг в сфере агрозкотуризма является рынком монополистической конкуренции.

Туристический рынок является рынком услуг по причине того, что услуги выступают основным предметом обмена и достигают 80% всего объема продаж. Согласно Закону «О туризме» от

25.11.1999 № 326–3 туристические услуги определяются как «услуги, оказываемые туристу во время осуществления тура или в связи с ним в соответствии с договором оказания туристических услуг». В соответствии со статьей 5 данного закона одним из основных принципов государственного регулирования в сфере туризма является «развитие конкуренции, предупреждение, ограничение и пресечение монополистической деятельности на рынке туристических услуг» [2]. Нами разделяется точка зрения исследователя, утверждающего, что субъекты агроэкотуризма могут максимизировать прибыль, предлагая агроэкотуристам уникальные услуги, отсутствующие у конкурентов, например, такие, как виндсерфинг, экскурсии на самолете и др., а также в том случае, когда спрос на услуги значительно превосходит предложение [3].

Туристическим услугам, отличающих их от товара, присущи такие характеристики, как неосвязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость и неспособность к хранению. В связи с этим субъектам агроэкотуризма необходимо предпринимать соответствующие мероприятия, сглаживающие их и повышающие эффективность деятельности в сфере агроэкотуризма. Например, для укрепления доверия агроэкотуристов субъекты агроэкотуризма могут повышать осязаемость услуг с помощью рекламной деятельности (брошюры, каталоги, сайты в интернете). В связи с тем, что агроэкоуслугу невозможно произвести впрок или складировать, возникает проблема достижения равновесия между спросом и предложением. Данную проблему возможно разрешить путем установления скидок, дифференцированных цен, позволяющих равномерно распределить спрос во времени, увеличение скорости обслуживания, а также введение системы предварительных заказов на агроэкоуслуги [4].

Однако туристические услуги имеют и отличительные особенности. Одной из них является выделение достаточно четко выраженных туристических зон. Согласно Постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 30.05.2005 г. № 573 «О создании туристских зон» предусматривается создание на территории Республики Беларусь 27 туристских зон, формирование в них благоприятных условий для экономического развития и привлечения в индустрию туризма отечественных и иностранных инвестиций, при сохранении, рациональном использовании и приумножении природного потенциала и историко-культурного наследия.

Одной из 5 туристских зон Брестской области является культурно-туристская зона «Пинское Полесье», в которую входят Ганцевичский, Дрогичинский, Ивановский, Лунинецкий, Пинский, Столинский районы, город Пинск. По состоянию на 01.01.2009 года на территории культурно-туристской зоны «Пинское Полесье» функционировали 22 зарегистрированных субъекта агроэкотуризма (в Ивановском районе – 9, в Лунинецком – 6, Дрогичинском – 3, Пинском и Столинском районах – по 2 агроусадеб). С учетом изучения европейского опыта, для того чтобы агроэкотуризм стал значимой сферой туристической отрасли необходимо функционирование на рынке услуг агроэкотуризма Республики Беларусь не менее 1500 агроэкоусадеб, в то время как на 01.01.2009 г. в стране насчитывалось 474 агротуристических хозяйства. В течение 2008 г. в Республике Беларусь было заключено 5199 договоров на оказание услуг более 39000 отдыхающим [5].

Территории, входящие в данную культурно-туристскую зону, обладают богатым историко-культурным наследием в сочетании с уникальными, хорошо сохранившимися природными комплексами. Дрогичинский, Ивановский, Пинский и Столинский районы являются приграничными административно-территориальными районами Республики Беларусь, сопредельными государственной границе с Украиной. В связи с этим существующие проблемы развития туризма в данной зоне необходимо решать с учетом общих экономических, социально-экологических и других интересов данных стран.

Следующей особенностью является создание туристического продукта усилиями многих организаций, каждая из которых обладает собственными (специфическими) методами работы и имеет различные цели коммерческого и некоммерческого характера. На наш взгляд, произвести конкурентоспособный агроэкотурпродукт возможно на основе практического внедрения системы хозяйствования, основанной на кластерной модели развития, предусматривающей взаимодействия таких секторов, как бизнес (предпринимательские структуры, коммерческие банки и др.), институциональные структуры (университеты, научные центры и др.) и структур территориальной власти (органы местного управления и самоуправления, и др.). Основные стратегические задачи создания агроэкотуркластера культурно-туристской зоны «Пинское Полесье» должны состоять в реализации единой государственной политики в сфере туризма и Национальной программы развития туризма на 2011-2015 гг., обеспечении развития концептуальных основ агроэкотуризма в Брестской

области и региональных программ развития туризма и его инфраструктуры, особенно на сельских территориях.

Важными особенностями туристических услуг также являются преодоление агроэкотуристом расстояния, отделяющего его от туристической услуги и места ее «потребления», зависимость туристической услуги от таких факторов, как время и пространство (имеет место фактор сезонности). Основными направлениями деятельности по преодолению фактора сезонности спроса на услуги в сфере агроэкотуризма могут быть продвижение возможности раннего бронирования и достижения более равномерной загрузки номерного фонда, диверсификация событийных туров на рынке агроэкотуризма (акцентирование внимания на возможности празднования не только праздников, связанных, например, с Новым Годом, но и др.). С учетом постоянного увеличения спроса на семейный отдых особое значение необходимо уделять созданию условий для отдыха с детьми, диверсификации спроса на услуги за счет коллективной рекламы на зарубежных туристических рынках с использованием Интернета [6].

Особенностью туристического рынка также является высокая «эластичность» цен в различных его сегментах, зависящая от спроса и предложения [7]. В Пинском районе культурно-туристской зоны «Пинское Полесье» услуги в сфере агроэкотуризма оказывают такие усадьбы, как «Дубое над Пиной», «Избушка на берегу Припяти», «Озерная жемчужина», «Нетронутый кусочек Полесья», «Гостинный двор». За 9 месяцев 2009 года ими заключено 66 договоров, принято 173 туриста, в том числе 7 иностранных.

При рассмотрении особенностей рынка услуг в сфере агроэкотуризма важную роль играет как категория «туристическое предложение» и рассмотрение понятия «туристические услуги», так и категория «туристический спрос», носящий ярко выраженный сезонный характер с пиками в определенное время года и спадами в остальные месяцы, где важную роль играет агроэко турист и его потребности.

Влияние на спрос в сфере агроэкотуризма оказывают такие факторы, как уровень образованности, требовательность к комфорту и качеству услуг, информированность и др. Например, вопросами информированности населения и развития агроэкотуризма в Белоруссии занимаются Общественные Объединения «Отдых в деревне» и «Агро- и экотуризм», Белорусский союз фермеров, Общественная Организация «Ахова птушак Беларусі». Общественные советы по агроэкотуризму действуют практически во всех областях республики и др. [8].

Данные факторы определяют возникновение и поведенческий характер особенностей агроэкотуристов. Их можно выразить соответствующими «показателями» такими, как количество туристических поездок, совершаемых за определенный период времени, на душу населения, предпочтения в выборе дестинации, представление агроэкотуриста о цене и др. Следует заметить, что для потребителя цена является важным фактором, помогающим создать определенное представление о качестве агроэкотурпродукта. Согласно мнения некоторых исследователей «результаты деятельности предприятия по-разному воспринимаются клиентами в связи с тем, что различные группы последних имеют несхожие требования к качеству услуг. Следовательно, ценовая стратегия должна предусматривать возможность приведения характера отношений с каждым отдельным потребителем в соответствии с принадлежностью последнего к тому или иному сегменту общества» [3].

Инновационным моментом, благоприятно способствующим развитию агроэкотуризма, является то, что этот рынок формируется и «снизу», и «сверху» (т.е. на основе предпринимательской инициативы при серьезной поддержке государства). В настоящее время реализуется Программа участия ОАО «Белагропромбанк» в развитии агроэкотуризма, открыта кредитная линия для развития агроэкотуризма.

Полноценное развитие рынка в сфере агроэкотуризма невозможно без формирования у общественности положительного мнения об экоагротуризме на основе пропаганды (например, реклама на радио, телевидении, в СМИ и др.) рекреационного потенциала данного региона как на внутреннем, так и на международном рынках, и как следствие увеличение социального заказа, т.е. привлечение туристических потоков, стимулирование спроса.

Таким образом, с учетом выдвинутых предложений для решения существующих проблем, а также существующих благоприятных предпосылок в туристской зоне «Пинское Полесье» возможно создание конкурентоспособного рынка услуг в сфере агроэкотуризма.

Литература:

1. Калитения, Л. Развитие устойчивого сельского туризма / пер. с англ. Ю. Полякова, сост. Л.Калитения. – Минск : Юнипак, 2007. – 140 с.

2. Бохан, В. Ф. Оказание туристических услуг : правовое регулирование / В.Ф. Бохан – Минск : Дикта, 2009. – 156 с.
3. Коробкина, О. Формирование цены в агротуристическом хозяйстве / О. Коробкина // Аграрная экономика. – 2009. - № 8. – С.
4. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М. : КНОРУС, 2007. – 416 с.
5. Грибов, Г.М. Развитие агроэкотуризма в Брестской области в 2009-2010 гг. (концептуальные основы) / Г.М. Грибов [и др.]. – Брест, 2009. – 35 с.
6. Тараскевич, А.Г. Изучение современных тенденций продвижения национального турпродукта сельского туризма как ключевой фактор преодоления сезонности туристского спроса / А.Г.Тараскевич // Системная трансформация общества: исторический опыт, современность и перспективы. Сборник научных трудов кафедр социально-гуманитарных наук . Выпуск V. Брест: издательство БрГТУ. – 2008. – С. 224 – 227.
7. Смирных, Е. Современный поход к ценообразованию услуг в туризме / Е. Смирных // 2 – я Всероссийская научно-техническая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых „Наука и молодеж”. Секция „Социально-культурный сервис и туризм”. / Алт.го. техн. ун-т им. И.И.Ползунова. – Барнаул: изд-во АлтГТУ, 2005. – С. 12 – 15.
8. Клицунова, В.А. Роль общественных институтов в развитии сельского туризма Беларуси / В.А.Клицунова // Системная трансформация общества: исторический опыт, современность и перспективы. Сборник научных трудов кафедр социально-гуманитарных наук. Выпуск V. Брест: издательство БрГТУ. – 2008. – С. 197 – 201.