

країни щодо сприяння торгівлі, які залежать від робіт складних міжнародних транзитних систем. Країни, що не мають виходу до моря, не можуть подолати низьку ефективність транзитну виключно внутрішніми реформами.

У 2012 р. за LPI (Logistics Performance Index) Україна зайняла 66 місце, набравши 2,85 бала. Про це йдеться в звіті Світового банку “Розбудовувати зв’язки, щоб конкурувати”. Порівняно з 2010 р. Україна піднялася відразу на 36 позицій, ставши лідером в СНД. З пострадянських країн Україну обійшли тільки Литва (58 місце) та Естонія (65 місце), Латвія зайняла в рейтингу 76 місце.

До 2013 року Україна має намір значно покращити свої логістичні позиції і за LPI Всесвітнього Банку увійти до переліку 50 кращих країн. Про це заявив віце-прем’єр-міністр України – міністр інфраструктури Борис Колесніков під час конференції “Україна – погляд зсередини 2011: на шляху до успіху?”, організованої Фондом ефективного управління в партнерстві з британським виданням *The Economist* у Лондоні [1]. Крім того, Борис Колесніков повідомив, що держава планує створити привабливі умови для інвесторів для розвитку українських портів, та нагадав, що практично завершено роботу по реконструкції основних аеропортів країни.

1. *Connecting to Compete 2012. Trade Logistics in the Global Economy. The Logistics Performance Index and Its Indicators / [Arvis J. F., Mustra M. A., Turku L. O. et al.]. – USA : Washington, the IBRD, the World Bank, 2012. – 58 p. 2. <http://zik.ua/ua/news/2011/12/07/323126>*

САВІЦЬКА О.П., САВІЦЬКА Н.В.
Національний університет “Львівська політехніка”

АГРОТУРИЗМ ЯК ДОДАТКОВА ФОРМА АГРОБІЗНЕСУ

© О.П. Савіцька, Н.В. Савіцька, 2012

За останні роки ринок туристичних послуг стрімко розвивається. Агротуризм як вид туристичної діяльності з кожним днем все більше утверджується як на національних, так і на міжнародних ринках послуг. Розвиток агротуристичної діяльності може стати однією з альтернативних форм розвитку відсталих сільських регіонів України. Проблема занепаду села, зниження умов життя його мешканців, негативна демографічна ситуація, а також такий важливий аспект, що впливає на культурне самовизначення українського народу – традиції, звичаї, обряди, що беруть своє коріння саме з сільських районів і знаходяться у загрозовій ситуації – всі ці питання потребують реального вирішення.

Сільський туризм почав активно розвиватись ще з половини ХХ ст. в постіндустріальних країнах світу. За даними Всесвітньої туристичної організації, з початку ХХІ ст. цей вид туризму набуває великої популярності і складає 10-15% доходів від загальної суми доходів міжнародного туризму. В Україні сільська місцевість в основному асоціюється з виготовленням сільськогосподарської продукції, тоді як у розвинутих країнах світу одним із пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку сільської місцевості є сільський туризм. В умовах занепаду українського села розвиток сільського туризму заслуговує на увагу, оскільки він є джерелом отримання додаткових доходів поряд із сільськогосподарською діяльністю [2].

Сільський туризм – відпочинковий вид туризму, який зосереджений на сільських територіях, є засобом доходу і створення робочих місць та диверсифікації місцевої економіки [1]. Його часто ототожнюють з агротуризмом, але сільський туризм – ширше поняття, яке охоплює розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку та пікніків, народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками і екскурсводами. Агротуризм – відпочинковий вид туризму, який зосереджений у межах ферми, охоплює проживання та інші послуги для відвідувачів. Цей вид туризму особливо поширений та розвинутий у країнах з фермерською організацією агробізнесу. Сільський зелений туризм можна розглядати як специфічну форму відпочинку в

приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної й етнографічної спадщини регіону.

Пріоритетність розвитку сільського зеленого туризму в Україні полягає в наступному: сільські території України володіють мальовничими природними ландшафтами з багатою флорою та фауною, а також лікувально-рекреаційним фондом; українське село має багату етнокультурну спадщину з цікавими традиціями та самобутнім побутом; сільський туризм є формою рекреаційної діяльності, яка стимулює розвиток малого бізнесу, що є актуальним для підвищення соціально-економічного рівня життя в сільській місцевості; організація рекреаційного сервісу в сільській місцевості створить додаткові робочі місця, підвищить культурний, духовний та моральний рівень селянина, змінить екологічну свідомість сільського населення (наприклад, чим естетично привабливіша садиба, чим екологічно чистіша та мальовничіша територія села, чим цікавіші промисел чи агродіяльність, чим вищий рівень культури господаря, тим більша кількість туристів виявить бажання скористатись його послугами) [3].

На жаль, в Україні відсутній закон “Про сільський туризм”, який би регулював діяльність сільських жителів в організації відпочинку на селі. Право власнику сільської садиби здійснювати послуги у сфері сільського туризму надають Закони України “Про туризм”, “Про особисте селянське господарство” та “Про підприємництво”. Аналізуючи чинне законодавство України, визначено дві форми організації відпочинку на селі: сільський зелений туризм як вид підсобної діяльності, сільський зелений туризм як вид малого підприємництва.

Для підтримки розвитку сільського туризму в Україні створено всеукраїнську Спілку сприяння розвитку сільського зеленого туризму, за ініціативою якої створені й успішно функціонують Центри сільського туризму в багатьох областях України. Спілкою у співпраці з науковцями і державними органами управління розроблено проект концепції та розпочато роботу над програмою розвитку сільського туризму в Україні. За приблизними підрахунками, станом на 2012 рік у Львівській області налічується приблизно 250 садіб, які надають послуги зеленого туризму. Звичайно, туриста приваблює сільська територія, яка є найзручнішою для туризму (гірськолижні курорти, рекреаційно-оздоровчі об'єкти, наявність поблизу моря, озер, річок, історичних пам'яток). Однак, враховуючи досвід зарубіжних країн, для міських жителів щораз цікавішою стає така форма сільського туризму, як агротуризм. Специфічною особливістю агротуризму є те, що він передбачає обов'язкове винаймання сільського помешкання з обслуговуванням безпосередньо в межах господарства або ж розміщенням на нічліг з самообслуговуванням у кемпінгах чи наметах на землях, що належать до господарства. В агротуризмі індивідуальне селянське господарство становить одночасно й нічліжну базу, і головний предмет зацікавлення туриста (наприклад, догляд за свійськими тваринами, збирання урожаю, спілкування з природою, тваринами, що вирощуються чи утримуються в даному господарстві, участь у сільських святкуваннях, обрядах тощо).

Агротуризм поширений у багатьох країнах світу, зокрема активно почав розвиватись у Польщі, де прийнято закон “Про сільський туризм”, а також діє програма розвитку сільських територій на період від 2007 до 2013 років, у рамках якої власники агротуристичних господарств можуть отримати дофінансування у розмірі до 100 тисяч злотих. Щоб отримати цю суму, фермер має зробити власний внесок розміром 200 тисяч злотих (приблизно 74 тис. дол. США), тобто дофінансування складає 50%. Гроші призначені передусім на інвестиції - модернізацію господарств, їх розбудову.

Оскільки сільське господарство є однією з найпоширеніших галузей економіки нашого краю, то в Україні створено передумови для розвитку такої форми сільського туризму, як агротуризм. Основною запорукою успішного розвитку та функціонування агротуризму є: культурний рівень господаря садиби чи фермера та навички обслуговування гостей; естетика особистого селянського чи фермерського господарства; близькість розміщення господарства до міського центру. Отже, сільський туризм в Україні порівняно новий та малорозвинений вид туристичної діяльності, який сприяє поліпшенню економічної ситуації на селі, оскільки дозволяє селянину поряд з основним видом діяльності, сільським господарством, отримувати доходи від продажу послуг гостинності та рекреації. Важливо розвивати агротуризм, який передбачає відпочинок у сільській місцевості на

території особистого селянського чи фермерського господарства з активним залученням до традиційних форм господарювання регіону. Для забезпечення пріоритетності розвитку сільського туризму, у тому числі агротуризму, потрібно створити нормативно-правову базу державної підтримки сільських жителів, які виявили бажання займатися таким видом діяльності. Першочерговими є прийняття закону “Про сільський туризм” та чітке визначення всіх видів сільського туризму з встановленням пільг щодо оподаткування кожного з них.

Основне завдання як держави, так і громадськості – балансувати економічні вигоди та екологічні втрати, і одним із механізмів такого балансу є розвиток сільського зеленого туризму як додаткової форми агробізнесу.

1. Закон України “Про туризм” від 05.09.95р. // *Відомості Верховної Ради*. – 1995. – №31. (Зі змінами, внесеними Законом №2608 – VI від 19.10.2010р.). – С.241-254. 2. Кифяк В.Ф. *Організація туристичної діяльності в Україні* / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. – 312 с. 3. Мальська М.П. *Основи туристичного бізнесу : навч. посіб.* / М.П. Сальська, В.В.Худо, В.І. Цибух. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272с.

САВЧЕНКО Ю.Т., ДІКУН О.А.
Національний університет “Львівська політехніка”

РОЛЬ СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ У ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ

© Ю.Т. Савченко, О.А. Дікун, 2012

Проблема формування маркетингової стратегії компанії в умовах сучасного ринку набула особливої актуальності. Прагнення найефективніше використати обмежені ресурси та мінімізувати ризики змушує підприємства шукати дієві способи балансування багатьох взаємопов'язаних факторів. Забезпечити стабільність бізнесу та його здатність генерувати ліквідні продукти можна тільки за умови збалансованості ключових чинників, серед яких виділяють місію та бачення, фінанси, клієнтів, бізнес-процеси, кадри [1].

На практиці часто виникає проблема, пов'язана із відсутністю чітко визначених цілей бізнесу. Це створює серйозні труднощі для балансування стратегічних показників ефективності та формування маркетингової стратегії компанії. Для вирішення цієї проблеми необхідно створити робочу групу, до складу якої залучити керівників підрозділів підприємства, консультантів, експертів та інших фахівців.

Перш за все, робоча група повинна допомогти власникам сформулювати ідеологічні засади бізнесу: формалізувати місію і бачення. Для цього складається перелік припущень і група пропонує власникам проранжувати їх та, у разі потреби, доповнити.

Наступним кроком є визначення показників, за якими буде здійснена оцінка ефективності діяльності підприємства. Робоча група має скласти перелік таких показників за методикою процесного менеджменту, тобто він включає чотири розділи: клієнти, люди і розвиток, фінанси, бізнес-процеси. Власники повинні визначити пріоритетні для них показники з кожного розділу.

Балансування місії та показників ефективності полягає у тому, що кожному показнику ефективності потрібно поставити у відповідність одне або декілька положень місії. У результаті всі положення місії повинні охопити показники ефективності приблизно у рівній мірі, що дозволить здійснювати контроль дотримання ідеологічних засад, закладених у місії. Якщо цього досягнути не вдалося, то це свідчить про неузгодженість місії та показників ефективності. У такому разі необхідно повернутись до початкового етапу та усунути протиріччя, що викликають дисбаланс.