

УДК 338.48-44:303.433.2(477)

Кудла Н.Є., к.е.н., доц.

Львівський інститут економіки і туризму, Україна

АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ АГРОТУРИСТИЧНИХ ГОСПОДАРСТВ ТА ПОТРЕБ ЇХ ГОСТЕЙ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ПОЛЬОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПЛОТНИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ)

Kudla N.Y., Ph.D., Assoc. Prof.

ANALYSIS OF THE POTENTIAL OF AGRITOURISM FARMS AND THE NEEDS OF THEIR GUESTS (BASED ON FIELD RESEARCH AMONG PILOT FARMS OF THE CARPATHIAN REGION)

З метою встановлення на скільки сучасна агротуристична пропозиція селянських господарств відповідає ринковим потребам було проведено порівняльний аналіз. Використанню зазначеного методу сприяло застосування у емпіричних дослідженнях уніфікації сторони попиту й пропозиції, відповідно підготовлених знарядь дослідження – анкет. Дослідженням були охоплені агротуристи, що відпочивали у селянських господарствах, особи, які зацікавлені у відпочинку в сільській місцевості та власники цих господарств. У формулярі анкети був застосований багатофакторний скалярний метод дослідження, згідно з яким укладено ідентичну сукупність відповідей для кожної з досліджуваних груп. Завдяки однакової структурі відповідей було проведено порівняння засобів, якими володіли власники агротуристичних господарств з потребами їх гостей та особами, які потенційно зацікавлені у сільському туризмі.

Дослідження показало, що сподівання актуальних й потенційних гостей селянських господарств у сфері реального й розширеного агротуристичного продукту є різними (рис. 1). Це засвідчує багатоаспектність потреб відпочивальників стосовно сільського туризму. Сільський відпочинок підтверджує бажання агротуристів скористатися з широкого й різноманітного спектра послуг, одночасно як основних, що гарантують комфортне та безпечне перебування, так і додаткових, що роблять відпочинок привабливішим.



Рис. 1. Порівняльне зіставлення основних послуг агротуристичних господарств (у відсотках)

У порівнянні потенціалу (засобів) аналізованих селянських господарств з

очікуваннями їх актуальних й потенційних гостей у сфері реального продукту заслуговують на увагу поради стосовно інфраструктури господарства. Виявляється, що близько 20,6 % сільських садиб пропонують своїм гостям кімнати, у яких знаходиться санітарний вузол. Значно вищий відсоток досліджуваних господарств надають доступ до санітарного вузла на поверсі (71,4 %). Така ситуація не до кінця відповідає реальним сподіванням гостей та осіб, що потенційно зацікавлені у сільському відпочинку. Водночас 76,5 % опитаних агротуристів визнали, що наявність у кімнатах санітарних вузлів є першочерговою вимогою. Серед осіб, що потенційно зацікавлені у сільському відпочинку, понад 50,2 % наголосили на важливості цього чинника під час вибору господарства як місця проведення відпустки. Цікавим моментом є те, що 16,0 % агротуристів очікують санітарного вузла на поверсі, тоді як понад 71,4 % досліджуваних об'єктів користується цими зручностями. Отже, можна зробити висновок, що пропозиція основних послуг, яка забезпечує підтримання відповідного рівня санітарії й гігієни під час відпочинку є, недооціненою у більш заможних селянських господарствах і переоціненою у садибах, які мають нижчий інфраструктурний рівень. Одержані дані підтверджують тезу невідповідності певних елементів реальної агротуристичної пропозиції власників досліджуваних господарств стосовно виявлених потреб агротуристів.

Аналогічну ситуацію спостерігаємо й щодо пропозиції власників господарств користування окремою кухнею чи кухонним блоком під час тимчасового перебування гостей. Емпіричні дослідження підтверджують, що аж 71,9 % власників агротуристичних господарств надають доступ своїм гостям до окремого кухонного блоку. Такий високий відсоток пов'язаний з особливістю українського побуту, коли селяни переважно експлуатують так звану літню кухню для своїх потреб. Така ситуація має позитивний характер, однак вартість цієї послуги не корелюється з показниками, які отримані з відповідей актуальних і потенційних гостей. Виявляється, що близько третини агротуристів відчують потреби готувати їжу під час відпочинку окремо від селянської сім'ї. Серед осіб, потенційно зацікавлених у сільському туризмі, цей показник ще менший й становить 24,4 %.

Результати опитування показали схожість сподівань гостей, які спрямовані в бік замовлення послуг харчування у селянському господарстві (63,4 %), а отже, відмови від необхідності самостійного приготування страв на відпочинку. Під час неформальних розмов з агротуристами звучали висловлювання (особливо з боку жінок), що справжній відпочинок для них асоціюється не лише з комфортним, безпечним й цікавим перебуванням, а й з можливістю скуштувати страви регіональної кухні й відмовитися від щоденного приготування їжі.

Немає однозначності в кількісному вимірі елементів пропонованого реального продукту зі сподіваннями агротуристів. Це переважно стосується надання гостям певних побутових предметів, що підвищують комфорт сільського відпочинку. Наприклад, можливість скористатися на місці холодильником, пральною машиною, праскою чи прасувальною дошкою, необхідність користування якими декларують 14,8 % респондентів. У той же час 71,1 % власників агротуристичних господарств підтверджують наявність і можливість користування цими благами. У цій ситуації виникають запитання: чи ресурсні можливості агротуристичних господарств не є переоцінені й спрямовані у невідповідний напрям, і чи не варто було у місці надто малого очікування доступу до побутової техніки запропонувати агротуристам інші елементи реального туристичного продукту (наприклад, підвищити стандарт кімнат шляхом облаштування комфортними їх меблями). Варто над цим задуматися, оскільки у категорії інші третина актуальних і потенційних гостей агротуристичних господарств декларували бажання проживання у садибах, які вирізняються комфортними

побутовими умовами, тобто наявністю житлових кімнат високого стандарту.

Результати досліджень показали, що основною проблематикою на ринку агротуристичних послуг є, передусім, стан об'єктів, який, стосовно до декларованих потреб туристів, суттєво від них відрізняється. У цій ситуації власники селянських господарств мають задуматися над підвищенням матеріального стану й оснащенням своїх садиб, особливо шляхом забезпечення доступу до санітарних вузлів у житлових кімнатах, та проектування інтер'єру з використанням елементів сільського побуту.

Під час порівняльного аналізу розширеного агротуристичного продукту з ринковими потребами виявлено деяку відмінність результатів дослідження з тими, що були отримані стосовно реального продукту. На рис. 2 представлено дані, котрі показують, що більшість елементів, у тому числі інфраструктури селянського господарства, перебувають у володінні їх власників. У багатьох випадках ресурсні можливості досліджуваних садиб перевищують сподівання актуальних і потенційних агротуристів. Це стосується як пропонування гостям загальної кімнати для відпочинку, відведення місця для паркування авто або надання гаражу, місця для дитячих розваг чи ділянки для розбиття наметів. Такі старання господарів демонструють їхню гостинність, турботу про гостей, прагнення задовольнити їхні потреби й докладають чимало зусиль у процес оновлення й розбудови елементів інфраструктури розширеного продукту сільського туризму. Переоцінка у цій сфері може виникати переважно через незнання актуальних ринкових потреб агротуристів.

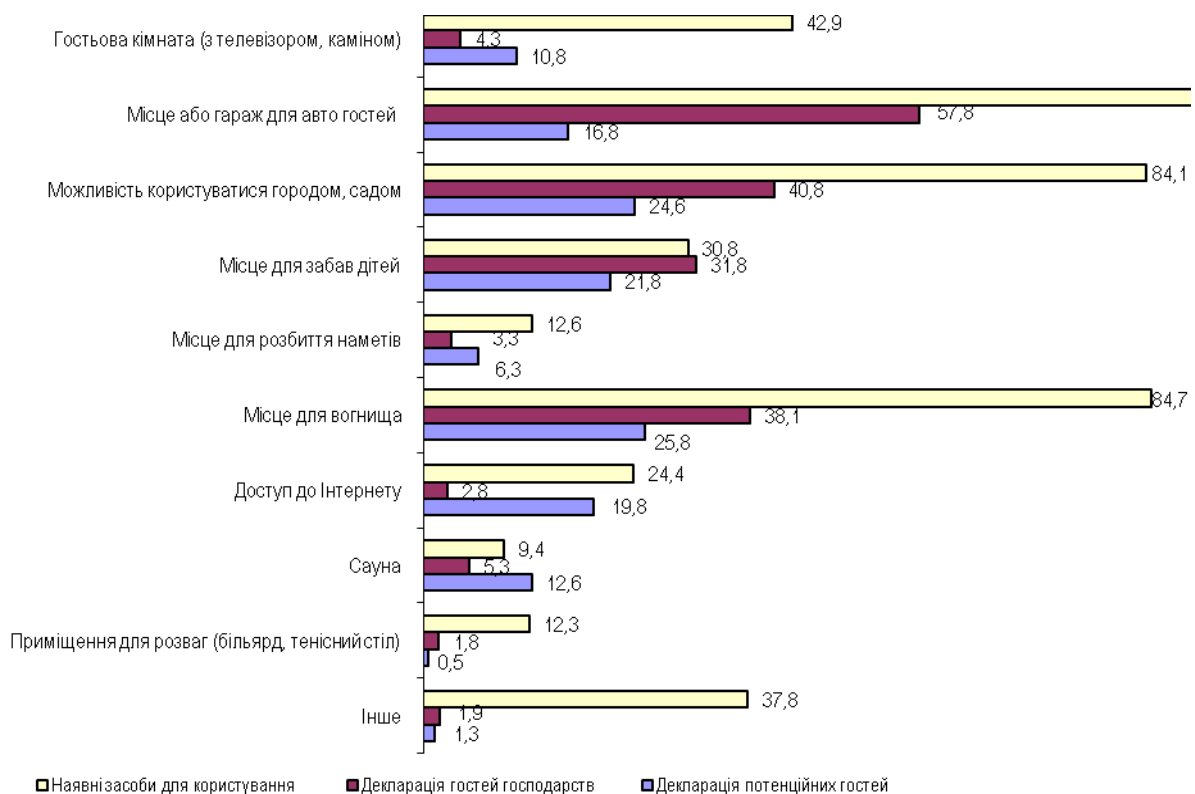


Рис. 2. Порівняння елементів інфраструктури агротуристичного господарства (у відсотках)

Той факт, що власники селянських господарств налаштовані на задоволення широкого спектра вимог агротуристів, мабуть, є ознакою їх завбачливості й має позитивний характер. Однак певні сумніви виникають у питаннях переоцінки більшості складників розширеної інфраструктури господарств, спричиняючи одночасно недооцінку інших елементів основної й додаткової пропозиції. Отже, 89,7 % селян, які

надають туристичні послуги, вказали на можливість надання місця для безпечного паркування авто гостей на території свого господарства. Це важливий чинник для агротуристів, тому що більшість респондентів вирішили його як один з основних під час вибору відпочинкової пропозиції. Тим не менше, коефіцієнт декларації гостей у цьому питанні формується нижче можливостей, які мають сільські господарі (близько 60 % до 90 %), спричиняючи переоцінку цього елемента з огляду задекларованих потреб. Однак, як виникає з декларації гостей, інші елементи присадибної інфраструктури є для них бажанішими, ніж пропонувані можливості їх задоволення надавачами послуг. Прикладом такої невідповідності можуть бути зазначені потенціальними агротуристами сподівання щодо наявності місця для забав дітей чи забезпечення у господарстві послуг SPA.

Виявлення недостатньої кількості одних елементів агротуристичного продукту й перебільшення їх в інших має спонукати осіб, які займаються наданням послуг зі сільського туризму, до спроби їх оптимізації. Допомогою у розв'язанні цієї проблеми може слугувати проведення досліджень потреб ринку. Володіння ґрунтовними знаннями та достовірною інформацією про попит на послуги сільського туризму дасть змогу власникам агротуристичних господарств ефективно реагувати на мінливу ситуацію на ринку й вміло оцінювати свої засоби для задоволення потреб гостей.

У дослідженні проведений порівняльний аналіз надання поточних послуг, забезпеченості спортивно-рекреаційним спорядженням, організації відпочинку, навчальної пропозиції, пропозиції участі у щоденному ритмі життя селянської родини (у відсотках).

Підсумовуючи проведені дослідження, можна обґрунтовано стверджувати, що ринкові сподівання щодо агротуристичного продукту Карпатського регіону торкаються різноманітних його аспектів. Мультивимірність попиту зумовлена одночасним існуванням серед туристів широких і різноманітних вимог щодо відпочинкової пропозиції сільського туризму. Результати дослідження показали, що потреби гостей агротуристичних господарств зосереджуються, з одного боку, на сподіванні належних побутових умов з комфортними кімнатами, обладнаними відповідними зручностями та санітарним вузлом; з іншого – на пошуки сільського клімату та бажання реалізації власних намірів, пов'язаних з пізнанням та покращенням фізичного стану. Як підкреслюють Я. Маєвські та Б. Лане⁴ традиційна пасивна модель сільського відпочинку втратила свою минулу притягальну силу. Про це мають пам'ятати власники агротуристичних господарств, які бажують відповідно реагувати на потреби сучасного ринку туристичних послуг.

Порівняльний аналіз різноманітної пропозиції власників селянських господарств, які надають туристичні послуги, показав, що заспокоїти всі потреби гостей, задовольнити їх вимоги практично неможливо. Наслідком такого стану речей є диспропорція між тим, що пропонують, та тим, чого очікують їх гості. Хоча ця різниця є незначною (у кількісному вимірі), але, тим не менше, сам факт її існування вимагає ретельного дослідження. У цій ситуації спрямування агротуристичної діяльності на конкретні сегменти ринку слугуватиме зменшенню витрат і зусиль власників селянських садіб та вищого рівня задоволеності агротуристів від наданих послуг.