

Для этого подсистема немедленного реагирования должна обеспечивать соблюдение требований, которые выдвигаются к сообщениям: своевременность и адресность сообщения, актуальность и достоверность. Само соблюдение этих требований позволяет обеспечивать действенность системы немедленного реагирования.

Не менее важной для эффективной информационной поддержки маркетинг-контроллинга является формализация информационных потоков на предприятии. Оптимизация информационных потоков на предприятии позволит обеспечить оперативность получаемой и передаваемой информации, отсутствие дублирования информации, сократить расходы (временные и материальные) на получение необходимой информации и повысить эффективность информационной поддержки маркетингового управления предприятия в целом.

Следовательно, можно сделать вывод что, для улучшения информационной поддержки маркетингового управления на предприятиях должна быть сформирована система информационной поддержки маркетинг-контроллинга, которая позволит принимать более обоснованные управленческие решения, повысит гибкость маркетинг-контроллинга и маркетингового управления предприятием в целом, будет способствовать своевременному реагированию на изменения, которые происходят в маркетинговой среде предприятий, т. е. вовремя обнаруживать возникающие возможности и угрозы и разрабатывать необходимые меры реагирования.

Список использованных источников

1. Багиев, Г.Л. Маркетинг : учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн ; под общ. ред. Г.Л. Багиева. – 3-е изд. – СПб : Питер, 2008. – 736 с.

2. Гасило, О.О. Маркетинговий контроль в системі управління підприємством : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / О.О. Гасило ; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецк, 2005. – 20 с.

3. Козловская, О.И. Сущность и особенности маркетинг-контроллинга / О.И. Козловская // Вестн ин-та совр. знаний. – 2009. – №3. – С. 111–115.

4. Козловская, О.И. Концептуальная модель маркетинг-контроллинга / О.И. Козловская // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : сб. науч. Трудов ; под общ. ред. И.Л. Акулича. – Минск, 2012. – С. 133–136.

*Корбут Л.В., кандидат экономических наук, доцент
УО «Белорусский государственный экономический университет»
Минск (Беларусь)*

РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В СИСТЕМЕ СЕЛЬСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Сельская экономика является одной из основных составляющих сельских территорий и представляет собой сложную систему сфер, отраслей и видов деятельности. Так, элементами сельской экономики выступают сельское хозяйство (как системообразующий элемент), лесное хозяйство, обрабатывающие отрасли промышленности, транспорт, торговля, строительство, сфера услуг, рыболовство, ремесленная деятельность, туризм и др.

Одни из элементов сельской экономики исторически являются традиционными для сельской местности Беларуси, другие – получают развитие только в последнее

время. К числу относительно новых видов деятельности, получивших в системе сельской экономики особо динамичное развитие, следует отнести сельский туризм. Это – многогранное и многоаспектное понятие, в литературе встречается множество подходов как к классификации видов туризма, так и к самому определению. В рамках данной статьи уделим внимание самым общим вопросам развития сельского туризма в Беларуси.

Итак, различают несколько видов сельского туризма, самые распространенные из них: аграрный, экологический, этнографический, охотничий, культурный, гастрономический.

В Беларуси получил развитие агроэкотуризм как деятельность, объединяющая два вида туризма: аграрный и экологический. Этому способствовал ряд предпосылок, основными из которых являются:

- наличие глобальных и региональных экологических проблем;
- выгодное географическое положение страны;
- недостаточная развитость отечественной аграрной отрасли;
- необходимость реструктуризации сельскохозяйственного производства с целью повышения его эффективности;
- наличие в стране живописных естественных ландшафтов;
- свойственное белорусской природе животное и растительное разнообразие;
- нахождение на территории страны большого количества памятников археологии, истории и культуры;
- самобытность народных традиций и обычаев, ремесел и промыслов, а также фольклора;
- дисперсное расселение жителей регионов.

Для агроэкотуризма характерно многообразие форм и масштабов. На региональном и местном уровнях осуществление данного вида деятельности способствует:

- привлечению денежных ресурсов;
- созданию новых рабочих мест;
- улучшению качества жизни населения;
- развитию инфраструктуры в сельской местности;
- сохранению культурного и исторического наследия регионов;
- повышению квалификации сельского населения.

На национальном уровне развитие агроэкотуризма способствует:

- увеличению притока инвестиций (в том числе иностранных);
- развитию как внутренних, так и внешних деловых и культурных связей;
- формированию в мире положительного туристского имиджа Беларуси;
- снижению уровня безработицы (как в сельской местности, так и в целом по стране);
- пополнению государственного бюджета.

Дополнительно отметим, что рассматриваемый вид туризма оказывает благотворное влияние на состояние целого ряда секторов экономики (гостиничного хозяйства, транспорта и коммуникаций, строительства, сельского хозяйства, розничной торговли) и является катализатором их развития.

Особая актуальность агроэкотуризма заключается еще и в том, что его динамичное развитие предполагает решение ряда экологических проблем и вопросов охраны природы. К таковым относятся производство экологически чистых продуктов питания, экологическое образование и просвещение путешественников, сохранение биоразнообразия, охрана и восстановление окружающей среды, улучшение экологической обстановки в регионах.

Состояние рассматриваемого сегмента туристского рынка в 2006-2012 гг. свидетельствует о том, что он является одним из наиболее динамично развивающихся. В ходе маркетинговых исследований отечественного и мирового рынков агротуристских услуг было установлено, что в последние годы имеет место тренд возрастания спроса на данный вид услуг. Так, за последние три года на мировом рынке агротуристских услуг отмечается ежегодный темп прироста спроса в пределах 30 %, на белорусском рынке – 37 %. Относительно последнего на протяжении ряда лет сохраняется тенденция превышения темпов прироста спроса на рассматриваемые услуги над их предложением (37 % против 19 %). Это свидетельствует о том, что агроэкологическая деятельность в краткосрочном периоде будет развиваться очень быстрыми темпами. На протяжении последних лет количество субъектов агроэкологического туризма в Беларуси постоянно увеличивалось. Так, с 2006 г. по 2012 г. их численность выросла в 52,2 раза и достигла 1775-ти (из которых активно работают около 700). Численность туристов, воспользовавшихся услугами данных структур, за рассматриваемый период увеличилась в 245,7 раза и составила 222,6 тыс. человек, а объем приносимой предприятиями рассматриваемой сферы выручки составил 44 млрд руб. Его существенное увеличение было обусловлено естественным ростом цен на предлагаемые туристам услуги, а также расширением ассортимента последних.

Вместе с тем следует отметить, что продолжительность пребывания туристов в отечественных агроусадебках остается низкой. Так, с 2011 г. по 2012 г. среднее значение данного показателя сократилось почти в 2 раза – от 7,2 до 4-х дней.

Размещение агроусадеб отличается неоднородностью. Больше всего их в Минской, Витебской и Гомельской областях (соответственно 23,2%, 22,6% и 20,2% от общего количества), существенно меньше – в Брестской, Гродненской и Могилевской (соответственно 11,2%, 12,9% и 9,9%). При этом следует отметить, что Брестская и Гродненская области имеют меньшие размеры, чем иные регионы страны.

Применительно к областям средний темп прироста количества субъектов агроэкологического туризма в 2006–2012 гг. также различался. В Брестской области значение данного показателя составило 191,8%, Витебской – 207,7%, Гомельской – 203,8%, Гродненской – 165,9%, Минской – 197,2%, Могилевской – 210,9%. Темп роста количества субъектов агроэкологического туризма постепенно замедлялся (как в регионах, так и в целом по стране).

Для современного этапа развития отечественных агроусадеб характерна специализация. Одни из них оказывают преимущественно оздоровительные услуги, другие пропагандируют нематериальное национальное наследие (народные традиции и обряды), третьи раскрывают секреты национальной кухни, четвертые специализируются на традиционных ремеслах. Часто имеет место кооперация между усадьбами. Использование кластерной системы организации деятельности позволяет предлагать клиентам комплексные услуги и продукты, увеличивая тем самым доходы. Чтобы стать успешными, сельские туристские центры должны привлекать, интриговать, обучать и радовать своих посетителей.

Несмотря на определенные успехи, развитие агроэкологического туризма в Беларуси происходит еще недостаточно динамично. Основными факторами, сдерживающими данный процесс, являются:

- недостаточная развитость института частной собственности;
- низкая активность в области государственно-частного партнерства;
- слабая координация между органами государственного управления и общественными организациями;
- сравнительно невысокий спрос на агротуристские услуги;

- психологическое неприятие сельскими жителями работы в сфере обслуживания;
- отсутствие единой стратегической концепции развития рассматриваемой отрасли;
- недостаточное количество агроусадоб;
- их неравномерное размещение;
- недостаточная развитость инфраструктуры на уровне регионов;
- несовершенство маркетинговой политики субъектов агротуризма.

Отметим, что значительная часть жителей Беларуси, являющихся основными потребителями агротуристских услуг, предпочитает альтернативные формы отдыха, отличающиеся простотой организации и являющиеся наиболее приемлемыми в финансовом плане. К таковым относятся проведение свободного времени на садово-дачных участках, отдых в деревнях у родственников старшего поколения, организация пикников (возможная благодаря общедоступности земельных угодий, бесплатного используемых в рекреационных целях). Тем не менее процесс урбанизации, сопровождающийся накоплением экологических проблем, уменьшением численности сельского населения и ростом количества заброшенных деревень, в ближайшее время может ускорить развитие агротуризма.

Существуют и иные факторы, ограничивающие развитие рассматриваемых структур. Прежде всего это усложненность процедур выделения и оформления земельных участков, регистрации строящихся объектов, определения трудового стажа сотрудников, найма рабочей силы, установки информационных указателей, использования природоохраняемых зон, а также недостаточная развитость туристской инфраструктуры и невысокая инвестиционная привлекательность сельских территорий.

Проанализировав условия и результаты развития агротуризма в нашей стране, можно прийти к выводу, что на современном этапе больше внимания необходимо уделять не количественным показателям, а повышению качества и расширению ассортимента предлагаемых услуг, развитию в данной сфере кластерных моделей организации деятельности, увеличению количества инновационных региональных туристических продуктов, дальнейшей специализации сельских усадоб. Все это будет содействовать увеличению продолжительности пребывания в Беларуси зарубежных туристов.

При формировании агротуристских кластеров целесообразным представляется:

- рост региональных агротуристских сетей, обеспечиваемый развитием малого семейного и индивидуального агротуристского бизнеса, а также использованием местных природно-рекреационных, культурно-исторических, инфраструктурных и трудовых ресурсов;

- воссоздание социокультурной среды исторических поселений («национальных деревень»), а также отдельных исторических объектов (купеческих усадоб, монастырей и др.);

- создание крупных и средних специальных объектов, ориентированных на прием туристов и организацию их полноценного отдыха в специальных центрах (спортивных, культурных, кулинарных, а также стилизованных агротуристских, рыбацких и охотничьих деревнях);

- ограниченное использование особо охраняемых территорий;

- создание крупных многофункциональных туристских, выставочных, рекламно-экспозиционных, культурно-пропагандистских, научно-исследовательских комплексов, располагающих соответствующей инфраструктурой.

Уровень развития агротуризма в Беларуси не поддается однозначной оценке. С одной стороны, налицо существенный количественный рост числа профильных структур, разнообразие моделей их развития (в том числе и инновационных), поддержка со стороны государства, с другой – данный сектор экономики не полностью реа-

лизует свой потенциал, особенно экспортный. Неспособность отечественных предприятий предоставлять конкурентоспособные на международном рынке агротуристские услуги обусловлена рядом объективных и субъективных причин, которые в среднесрочной перспективе необходимо устранить. Принимавшихся до настоящего времени мер по развитию в Беларуси туристской индустрии оказалось недостаточно для формирования конкурентоспособного туристского рынка. В связи с этим в рассматриваемой сфере необходимо реализовать комплекс мероприятий, а именно:

- повышение роли интернет-технологий в продвижении туристских услуг;
- расширение международного сотрудничества;
- развитие международной электронной базы данных об агротуристских услугах;
- проведение маркетинговых исследований;
- активизация пропаганды здорового образа жизни и отдыха;
- проведение мероприятий по развитию в сельской местности туристской и социальной инфраструктуры.

Реализация перечисленных мер позволит отечественным предприятиям, работающим в сфере агрозкотуризма, более эффективно использовать ресурсы, успешно работать с зарубежными клиентами, реализовать природный, климатический, культурный и экологический потенциал Республики Беларусь, а также сделать агрозкотуризм одной из значимых составляющих отечественной экономики.

Обобщая вышесказанное, отметим, что распространение рассматриваемого вида деятельности является одним из факторов, способствующих устойчивому развитию сельских территорий и решению их проблем. В качестве национального бренда агротуризм может способствовать созданию условий для привлечения в нашу страну большого количества туристов из различных государств и наращиванию экспортного потенциала Республики Беларусь.

Список использованных источников

1. Государственная программа устойчивого развития села на 2011–2015 годы. – Минск: ГИВЦ Минсельхозпрода, 2011. – 76 с.
2. Корбут, Л. Агрозкотуризм как перспективное направление развития сельских территорий / Л. Корбут, К. Соболев // *Аграрная экономика*. – 2012. – № 12. – С. 58–63.
3. Лученок, С.А. Развитие агротуризма в системе международных туристских услуг: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14 / С.А. Лученок; Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2009. – 25 с.
4. Миренкова, Г.В. Устойчивое развитие сельских территорий: теория, методология, практика / Г.В. Миренкова; под науч. ред. З.М. Ильиной. – Горки: БГСХА, 2011. – 200 с.
5. Сельский туризм Беларуси: современное состояние и перспективы развития: монография / Л. М. Гайдукевич; под общ. ред. В. А. Клицуновой. – Минск: Четыре четверти, 2011. – 220 с.
6. Соболев, К.Н. Развитие агрозкотуризма в Республике Беларусь: достижения и проблемы / К.Н. Соболев // НИРС-2013: материалы Междунар. научно-практ. конф., посвящ. году экологии, Кизляр, 15–20 апреля 2013 г. / Дагестанский гос. ун-т; под ред. И.А. Абдуллаевой. – Махачкала, 2013. – С. 19–23.
7. Туризм в Республике Беларусь в 2012 году (пресс-релиз) // Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/pressrel/tourism.php>. – Дата доступа: 01.03.2013.
8. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2012. – 131 с.