

Первопричиной, на мой взгляд, следует считать падение потребительского спроса на туристическую продукцию. Возникает вопрос – почему? Ответ лежит на поверхности – изменение благосостояния граждан, переоценка взглядов на отдых и целесообразность затрат на него, изменение географии туризма (пересмотр ценового диапазона отдыха в сторону удешевления). Исходя из этого, у туроператоров начались проблемы, которые вылились в накопление долгов. Так откуда берутся долги у туроператоров? Прежде всего, это непростые взаимоотношения с авиаперевозчиками. Как известно, туроператоры заранее выкупают места в самолетах на различные направления и потом начинают их заполнять своими туристами в рамках готового турпакета. Но снижение потребительского спроса привело к тому, что у туроператоров стали накапливаться долги перед авиаперевозчиками. Не помогают даже «горящие туры». Многие решали эти проблемы за счет привлечения кредитов, в надежде на восстановление потребительского спроса и улучшение экономической ситуации, но этого, к сожалению, не произошло.

В сложившейся ситуации обостряется борьба за клиента, в ходе которой применяются такие способы конкурентной борьбы, как ценовой демпинг. Здоровая конкуренция на рынке туристических услуг – это всегда хорошо, но в данном случае это заставляет туроператоров работать на грани убыточности в борьбе за клиентскую базу и накапливать долги. Также наблюдается такое явление, как постепенное теснение мелких туроператоров более крупными и постепенная монополизация туристического рынка.

Естественно, что туроператоры отслеживают текущую ситуацию и реагируют на нее оптимизацией своих расходов: сокращением региональных полетных программ, дополнительных офисов, рекламы, издержек текущей деятельности. Но это имеет свою оборотную сторону – снижение интереса к компании со стороны клиентов.

Значительный урон прибыли туроператоров начинает приносить самостоятельная организация отдыха гражданами за рубежом и оплата туристических услуг (авиабилет, гостиница) через интернет напрямую. Но, на наш взгляд, число таких туристов не будет стремительно увеличиваться, просто это явление новое и не все готовы преодолеть языковой барьер, довериться электронной оплате гостиницы, самостоятельно заниматься визовыми формальностями, трансфером.

Сложно прогнозировать, когда туристический бизнес в России выйдет из этой ситуации, но уже сейчас ясно, что выживут лишь крупные туроператоры обладающие своим авиапарком, отельной базой, и перестроившие свой бизнес в соответствии с новыми реалиями времени.

1. Головатюк, А.В. Отдельные аспекты организационно-правового механизма развития туризма: применение международного опыта в России / А.В. Головатюк. – М. 2009. – 248 с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма / В.С. Сенин. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 397 с.
3. Основы туристской деятельности: учебник для лицеев, колледжей и средних специальных учебных заведений туристского профиля / Г. И. Зорина [и др.]; сост. Е.Н. Ильина. – М.: Советский спорт, 2002. – 199 с.
4. Организация туризма: учеб. пособие / под ред. А. П. Дуровича. – Минск: Новое знание, 2006. – 639 с.
5. Черных, Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов. – М.: Советский спорт, 2002. – 319 с.
6. Волошин, Н.И. Правовое регулирование в туризме / Н.И. Волошин. – М.: Советский спорт, 2004. – 403 с.
7. Ушаков, Д.С. Технологии выездного туризма / Д.С. Ушаков. – Ростов н/Д: МарТ, 2007. – 382 с.

РЕКРЕАЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ АГРОТУРИЗМА КАК СОСТАВЛЯЮЩИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

А.Н. Цепелева,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Повышение качества жизни во второй половине XX в., прежде всего в постиндустриальных странах, нашло отражение в росте потребления товаров длительного пользования и экономии за счет этого времени и затрат домашнего труда, увеличении количества свободного времени, значительного роста расходов на услуги, отдых, досуг, туризм и путешествия. В конце XX – начале XXI в. важнейшими параметрами качества жизни становятся: уровень экологической безопасности (сохранение окружающей среды, природного разнообразия, чистоты продуктов питания), уровень информированности населения, доступность информации независимо от места проживания, степень гражданских и политических свобод и т. д.

Обеспечение высокого, достойного качества жизни становится целью социально-экономического развития современных государств, а формирование системы обеспечения высокого качества жизни – приоритетным направлением их деятельности. Многие модели социально-экономического развития общества направлены на улучшение качества жизни людей, которое выступает критерием и конечным результатом любых преобразований в обществе.

Под качеством жизни в современных концепциях качества за рубежом понимают комплексную характеристику социально-экономических, политических, культурно-идеологических, экологических факторов и условий существования личности, положения человека в обществе [2].

А.И. Субетто [2] определяет качество жизни как систему качеств духовных, материальных, социокультурных, экологических и демографических компонентов жизни.

С 1990 года ООН ежегодно проводит исследования с целью ранжирования стран мира по индексу «качества жизни» (глобальный уровень управления качеством) – ИРЧП. В качестве главных индикаторов используются три параметра, относящиеся к качеству жизни: здоровье (показатель прогнозируемой продолжительности жизни при рождении), образование (два показателя – фактическая продолжительность обучения взрослого населения и предполагаемая продолжительность учебы детей, поступающих в первый класс), и благосостояние, оцениваемое размером ВВП на душу населения.

Американская некоммерческая организация «Комитет по демографическому кризису» проводит исследования качества жизни в 10 крупнейших городах мира по 10 показателям: стоимость питания, жилищные условия, качество жилья, связь, образование, здравоохранение, тишина, уличное движение, чистота воздуха, общественная безопасность.

Международный журнал «International Living» традиционно публикует ежегодное исследование, посвященное качеству жизни в странах по всему миру. В рейтинге издания принимают участие около 194 стран.

Так, индекс качества жизни (Quality of Life Index) является комплексным показателем, характеризующим уровень общественного развития, достигнутый страной, и включает девять субиндексов: стоимость проживания (с учетом налогов), культура и досуг, экономика, окружающая среда, уровень свободы, здравоохранение, инфраструктура, риски и безопасность, климат. Максимальная оценка каждого критерия составляет 100 баллов.

В качестве базы исследования выступают публикации авторитетных исследовательских организаций (Freedom in the World: The Annual Survey of Political Rights and Civil Liberties; The Freedom House Survey и др.) и статистические сборники (UNESCO Statistical Yearbook, The World Factbook, доклады Всемирной организации здравоохранения, Департамента торговли США и др.).

Республика Беларусь в рейтинге издания в 2010 году заняла 109-е место (54 балла) и по сравнению с предыдущим рейтингом переместилась вниз на 15 позиций (в 2009 г. страна занимала 94-е место – 55 баллов). При этом 109-е место мы делили с Таиландом, Россией, Замбией, Ливаном, Палау, Малави, Марокко, Западным Самоа, Свазилендом и Бахрейном. В 2011 году общий показатель качества жизни Беларуси составил 51 балл.

Необходимо отметить, что многие рейтинги носят субъективно-объективный характер.

В связи с этим актуальными становятся проблемы оценки, измерения качества жизни, что позволит проанализировать социально-экономическую ситуацию, выявить все слабые и сильные стороны жизнедеятельности общества. Оценка качества жизни дает возможность определить пути и механизмы перехода от политики выживания к политике улучшения качества жизни как стратегической задаче, а также для изучения экономических возможностей страны, анализа перспектив развития человеческого капитала, определения потенциальных возможностей страны, региона.

Качество жизни как система включает в себя качество человека, качество образования, качество культуры, качество среды обитания (экологии), качество социальной, экономической и политической организации общества.

Управление качеством жизни, таким образом, включает в себя управление развитием качества личности на основе процессов социализации, в первую очередь в рамках семьи и образования, управление качеством среды жизни, управление качеством образования, управление качеством развития населения, управление качеством здоровья населения и др. Речь идет о «мягком» управлении, опирающемся на методологическую базу всего комплекса системных наук, учения о цикличности развития, экологии, науки об образовании, педагогики, квалитологии и квалитметрии. [1].

Здоровье – синтетический индикатор качества. При этом в соответствии с представлением Всемирной организации здравоохранения категория здоровья включает в себя категории физического, психического, духовного и социального здоровья.

Очень большую роль в повышении качества жизни населения и его здоровья может сыграть развитие туризма, особенно внутреннего, за счет его доступности различным слоям населения по многим параметрам. Как известно, смена видов деятельности и места пребывания, а также положительные эмоции способствуют снятию напряжения и стресса, качественно улучшают духовное состояние общества.

Одними из приоритетных направлений развития внутреннего туризма в Республике Беларусь являются развитие экологического туризма и агротуризма. Беларусь располагает достаточным природным потенциалом для его полноценного развития. Территория государства расположена на 46,3 % типичных природно-территориальных комплекса, 32,8 % – ценных и 20,9 % – уникальных природных комплексов. [3].

В связи с резким ростом цен на туристические услуги и падением платежеспособности, 70 % населения страны проводит отпуск в своем регионе. Максимум, что могут себе позволить граждане, входящие в этот сег-

мент потребительского рынка, это отдых в деревне, отдых в выходные дни на дачных участках, а также отдых детей в летнее время в лагере, при условии платежеспособности предприятия, на котором работают.

Также следует учесть, что экологическая обстановка в некоторых промышленных городах является неблагоприятно, и жителям этих городов необходим отдых на природе, хотя бы в летнее время. В таком аспекте сельский туризм с использованием местных природных и культурно-исторических ресурсов сельской местности региона может являться альтернативным видом организованного отдыха горожан. Сегодня в ряде регионов наблюдается увеличение потока неорганизованных туристов в выходные дни в пригороды, и 30 % потенциальных потребителей туристического продукта предъявляют повышенные требования к уровню проживания и обслуживания, которые отчасти совпадают с качеством того обслуживания, которое могут предоставить сегодня региональные объекты туристической индустрии.

Предварительная оценка спроса на агротуризм в Беларуси выявляет наличие большого рынка потенциальных покупателей. В первую очередь это городское население (6,9 млн. человек) и особенно население крупных городов. Так, согласно исследованию ООН, 82 % минчан хотели бы совершить экологические путешествия.

Если спроецировать мировые тенденции на приезжающих к нам иностранцев (по оценке ВТО, доля туристов, совершающих «зеленые» путешествия, составляет 20 % мирового туризма), то цифры потенциальных покупателей весьма оптимистичны.

Одна из тенденций последних лет показывает особый интерес горожан к отдыху на природе в сельской местности в крестьянских традиционных домах. Три составляющие массового отдыха на море (от английского Sun-Sea-Sand – солнце-море-песок) в европейских странах были заменены на пейзаж-традиции-отдых (Landscape-Lore-Leisure). Как туристический продукт сельский туризм предлагает целый пакет услуг, начиная от размещения в сельском доме, экскурсий, питания и заканчивая активным участием в сельской жизни. Мотивацией к отдыху в сельской местности является:

- желание быть ближе к природе, возможность дышать свежим воздухом;
- возможность познакомиться с другой культурой и традициями;
- желание участвовать в разных праздниках, общаться;
- по причинам семейных традиций;
- отсутствие средств для отдыха в других местах;
- возможность практиковать различные виды спорта во время отдыха и т. д.

Среди факторов, повлиявших на развитие этой формы туризма, следует отметить:

- рост мобильности граждан за счет увеличения количества личного транспорта;
- более эффективная организация свободного времени (выходные, более частые и короткие каникулы);
- рост динамичности и уровня стрессов в современной городской жизни;
- разнообразие и рост качества услуг, предлагаемых владельцами туристических структур в сельской местности, их специализация.

Популяризация агротуризма как организованного вида отдыха – одна из задач, которую необходимо решить для становления агротуризма как перспективного сектора туристической индустрии.

В Беларуси сосредоточены огромные ресурсы для агротуризма, но они востребованы крайне неэффективно. Чтобы развивался этот вид туристического бизнеса, одной только поддержки на уровне муниципалитетов явно недостаточно.

Туризм является нестабильным источником доходов, подверженным влиянию разнообразных факторов, не поддающихся контролю. Распространенной проблемой, связанной с агрозкотуризмом, является его сезонная природа. Существуют пиковые сезоны и сезоны спада туристической деятельности.

Как ни парадоксально, но пиковые периоды приходятся на те месяцы, в которые наблюдается изобилие различных праздников, и на выходные дни. А сезон спада наблюдается в июле месяце, когда корпоративный клиент уезжает в отпуск, и в будние дни. Это говорит о том, что задействован определенный, узкий сегмент рынка.

Сегодня в сети Интернет появляются предложения фермеров, самостоятельно рекламирующих свои услуги. Однако редко у какой усадьбы это собственный, хорошо продуманный, функциональный сайт. На другие виды рекламы, как правило, не хватает средств, знаний в области ведения бизнеса или заинтересованности.

А рост числа посетителей агроусадеб мог бы решить одну из главных проблем села – обеспечить работой деревенских жителей, вернуть молодежь на село.

1. Бобков, В.Н. Качество жизни: сущность и показатели / В.Н. Бобков, П.С. Мстиславский. // Человек и труд, 1996. – № 6.
2. Зараковский, Г.М. Качество жизни населения России: Психологические составляющие / Г.М. Зараковский. – М.: Смысл, 2009. – 319 с.
3. Тарасенок, А.И. Экологический туризм и рекреационное природопользование в Беларуси: учеб.-метод. пособие / А.И. Тарасенок – Минск: ЕГУ, 2003.