

УДК 338.48:333.101.3

І. А. Романюк,

В. Ф. Яровий

ФОРМУВАННЯ МОТИВІВ ЗДІЙСНЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Анотація. У статті висвітлено мотиви здійснення підприємницької туристичної діяльності агроформуваннями. Виявлено їх чинники, напрями й форми прояву, здійснення та застосування. Визначено залежності мотивів та їх характеру (як внутрішні й зовнішні) від проблем і пріоритетів аграрних підприємств, які надають туристичні послуги. Обґрунтовано перспективи такої діяльності та можливі мотиви й резерви на майбутнє принаймні у трьох площинах — виробничій (економічній), соціальній, психологічній.

Ключові слова: аграрні підприємства, туристична діяльність, мотиви, внутрішні, зовнішні, здійснення, управління.

Summary. The article highlights the reasons for implementing entrepreneurial tourism activity by agribusiness. Their factors, directions and forms of manifestation and implementation and application are revealed. Certain dependencies of motives and their nature (both internal and external) on problems and priorities of agrarian enterprises, which render tourist services. Reasonable perspectives of such activity and possible motives and reserves for the future in at least three planes — industrial (economic), social, psychological.

Key words: agrarian enterprises, tourism activity, motives, internal, external, implementation, management.

© І. А. Романюк, В. Ф. Яровий, 2017

Бібліографія ДСТУ:

Романюк І. А. Формування мотивів здійснення туристичної діяльності аграрними підприємствами / І. А. Романюк, В. Ф. Яровий // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2017. — № 3 (39). — С. 67–70.

References (APA):

Romaniuk, I. A. & Yaroyi, V. F. (2017). *Formuvannia motyviv zdiisnennia turystychnoi diialnosti ahrarnymy pidpriemstvamy* [Forming reasons of realization of tourist activity by agrarian enterprises]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 3 (39), 67–70 (in Ukr.).

Постановка проблеми. Питання розвитку підприємництва та підприємницької активності в Україні, особливо в структурі сільської економіки, агросфери, сільського зеленого туризму, залишаються одними з актуальних як у теоретичному, так і в практичному соціально-економічному вимірах. Це пояснюється не вирішеними проблемами формування середнього класу на селі, значним рівнем безробіття, занепадом сільських територій та зменшенням соціального статусу сільських жителів. Тому важливе значення має виявлення причин та ризиків такого становища, з одного боку, а також можливостей та резервів їх усунення й збільшення активності підприємницької діяльності — з іншого.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Всебічний аналіз наукових публікацій у сфері аграрної економіки, економіки підприємств за видами економічної діяльності й у суміжних галузях показує на те, що на процеси підприємницької активності сільського населення суттєво впливають, з одного боку, ринкове й інституційне середовище, механізми державної регуляторної політики в аграрній сфері, сфері сільських територій, а з іншого — стан ділової організаційної культури, освіти, масової свідомості, традиції, що знаходить відображення в пріоритетах сільського способу життя, мотивації праці та зайнятості (В. Г. Андрійчук, П. І. Гайдуцький, В. В. Зіновчук, І. І. Лукінов, М. Й. Малік, Л. О. Мармуль, В. Я. Месель-Веселяк, І. А. Романюк, П. Т. Саблук, О. М. Шпичак, В. В. Юрчишин та ін.).

Якщо ці питання на рівні сільськогосподарського виробництва є достатньо вивченими у аспектах формування місії агроформувань, мети їх функціонування, забезпеченості ресурсами, впровадження інновацій, то на рівні диверсифікації основної діяльності й доповнення не менш рентабельними додатковими, насамперед послугами сільського зеленого туризму, залишаються поза увагою широкого наукового загалу. Отже, виявлені проблеми потребують поглиблених наукових і практичних розробок та їх впровадження.

Метою статті є обґрунтування мотивації організації й надання послуг сільського зеленого туризму та здійснення туристичної діяльності аграрними підприємствами з метою підвищення прибутковості функціонування, посилення соціальної відповідальності перед сільськими громадами щодо вирішення екологічних і соціально-економічних проблем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як правило, сільські товаровиробники створюють підприємства з метою рентабельного виробництва найбільш «ходових» на аграрному ринку сільськогосподарських культур. Зменшення їх урожайності й рентабельності у несприятливі за погодними умовами роки призводить до розуміння необхідності диверсифікації виробництва і

спонукає до неї на внутрішньо- й міжгалузевому рівні. І вже зовсім рідко йдеться про організацію на соціально-економічному рівні нових видів діяльності — санаторно-курортного й готельно-ресторанного господарства, туристичних послуг у напрямі сільського зеленого, освітньо-пізнавального, екологічного туризму, фірмової торгівлі, народних промислів і ремесел тощо.

У процесі дослідження було виявлено, що власники й менеджмент агробізнесу досить скептично відносяться до перспектив розширення діяльності на основі диверсифікації [1, с. 80]. Між тим європейський досвід переконує, що глобалізований світ прагне унікальних вражень від мальовничої природи сільських територій, простої, але якісної органічно чистої їжі і відповідних напоїв, традиційного способу життя, який далекий від прискорених темпів великих мегаполісів. Тому послугами саме сільського зеленого туризму користується вже кожен третій турист у США та Європі. І якщо в країнах ЄС його малі підприємства користуються всебічною державною підтримкою й рахуються на десятки тисяч, то в Україні цей показник є на порядок менший.

Здійснене дослідження показує наявність декількох причин такого становища: традиційно прибуткове аграрне виробництво й відсутність мотивів його доповнення навіть через можливі економічні вигоди; погана інфраструктура й доступність туристичних атракцій на селі; обмеження власного природного й соціокультурного оточення; дефіцит фінансово-інвестиційних та інших ресурсів; незнання інститутів державної підтримки й регулювання; зневіра у власних силах, лінь і небажання працювати [2, с. 244]. Також є переконання, що зелений туризм вимагає спеціалізації та потребує зосередження всіх зусиль фермерських або селянських родин саме на ньому. Про це свідчать агрооселі, які надають туристичні послуги у Карпатах та Передкарпатті, на Поділлі, Херсонщині та в інших регіонах.

Отже, з метою активізації цього виду діяльності необхідна обізнаність сільських жителів про напрями здійснення, вартість і форми надання туристичних послуг на селі, їх види, очікувані фінансово-економічні результати. Щоб їх спонукати до цього виду діяльності, потрібні відповідні мотиви, їх моніторинг, оцінка й діагностика [3, с. 302]. Соціологічні опитування власників і менеджерів аграрних підприємств, що надають послуги сільського зеленого туризму, які проводяться час від часу, вказують на пріоритет матеріальних інтересів — збільшення доходності своїх господарств і вже потім — досягнення вищого соціального статусу, особистісне зростання, діяльність у інтересах сільських громад тощо.

Не заперечуючи проти таких мотивів в умовах децентралізації управління й ринкового ме-

ханізму господарювання, доцільно інформувати місцевих підприємців та членів сільських громад загалом і про інші переваги від утвердження туристичної діяльності на селі. Насамперед, це дійсно зростання зайнятості як безпосередньо у підприємствах-надавачах туристичних послуг, так і супутніх підприємствах, які можуть бути організовані на їх доповнення; розвиток інфраструктури загального й спеціального користування; покращення благоустрою сільських територій [4].

Виняткове значення має особистісне зростання сільських жителів у процесі здійснення туристичної діяльності, яке має якісні виміри. Це і освітньо-пізнавальні навички й уміння, участь у культурному обміні, моральне задоволення від корисності людям, від участі у вирішенні екологічних і соціальних проблем, суспільно-значимої діяльності, волонтерства та ін. До своєрідних мотивів можна віднести й думку та повагу односельців, сусідів, громадськості. Так, для більшості опитаних — 92,5 % (185 осіб з 200) — підприємницька туристична діяльність являє собою в першу чергу джерело додаткового доходу. На другому місці (84,5 % опитаних) позиціонується підприємництво як спосіб самореалізації особистості.

Вагоме значення, крім економічних та соціальних, мають психологічні мотиви здійснення сільського зеленого туризму. У цьому випадку йдеться про почуття незалежності, підприємницької свободи, значимості, наявності вільного часу, задоволення керівних амбіцій. Нарешті, це успішність, визнання родини, вдячність близьких тощо [5, с. 143]. Також до занять туризмом як видом підприємництва спонукає відносна невибагливість до наявності значних додаткових інвестицій, обігових грошових коштів, спеціальної підготовки кадрів. Туристичною атракцією або дестинацією може бути вся сільська територія, як і все майно господаря може залучатися до туризму.

При цьому конкурентними перевагами, які можуть перетворюватися навіть на мотиви здійснення сільського зеленого туризму у разі відсутності інших, є близькість аграрних підприємств до значимих природоохоронних територій, заповідників і заказників, національних та інших природних парків, до місць з унікальними історичними подіями, місцями та іншими явищами, до місць проведення або організації сучасних свят, заходів, розваг, оздоровлення та ін. Вагомими є й унікальні туристичні маршрути, унікальні ужитково-прикладні речі, інші культурні надбання, які цікавлять туристів і справляють незабутнє враження на відпочивальників [6, с. 49].

Проте будь-які внутрішні мотиви — матеріально-економічні, моральні, соціальні й психологічні мають бути підтримані мотивами зовнішніми. Йдеться про підтримку державними

органами влади у формі всіляких податкових пільг, державно-приватного партнерства; регіональною владою у формі залучення до виконання програм і проектів регіонального розвитку; сільськими громадами й засобами масової інформації з визнанням як підприємства або людини року, почесного громадянина села, публікаціями в пресі, електронних ЗМІ та ін. При цьому, на наше глибоке переконання, і диверсифіковані аграрні підприємства, які надають додаткові туристичні послуги, і спеціалізовані туристичні підприємства на селі мають свої ринкові ніші, споживачів, попит та можуть бути прибутковими.

Висновки. Мотиви здійснення підприємницької туристичної діяльності агроформуваннями мають внутрішній і зовнішній характер, напрями прояву та форми надання. Вони проявляються у будь-який момент часу функціонування підприємств і залежать від рівня їх розвитку і можливих ризиків, фінансово-економічної стійкості та безпеки, специфіки бізнес-процесів, умов і ресурсів сільських територій. Також вони формуються під впливом світогляду й культури їх власників та працівників, етнічних особливостей і культурно-історичних традицій місць розміщення, попиту туристів та інших споживачів, ставлення державних і громадських інститутів.

На наше глибоке переконання, туристична діяльність агроформувань на селі є не тільки виробничо-економічною, але й творчою та конструктивною. Вона заслуговує на всіляку підтримку. Її додаткові мотиви можуть надати обґрунтовані системи управління, стратегії маркетингу та організаційно-економічні механізми господарювання, які використовуються на підприємствах.

Література

1. Кужель В. В. Проблеми розвитку підприємств зеленого сільського туризму / В. В. Кужель // Теорія, практика та інновації розвитку туристичної та готельно-ресторанної індустрії : зб. тез наук.-практ. конф. — Умань : Видавничо-поліграфічний центр «Візаві». — 2015. — С. 79–81.
2. Ігнатенко М. М. Соціально-економічні аспекти активізації агротуристичної діяльності / М. М. Ігнатенко // Участь молоді в розвитку економіки та суспільства України : зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 березня 2010 р. — К. : НАКККіМ, 2010. — С. 243–246.
3. Романюк І. А. Розвиток сільського зеленого туризму в умовах необхідності диверсифікації сільської економіки / І. А. Романюк // Стратегічні напрями соціально-економічного розвитку аграрного сектору економіки України : [колективна монографія] / за заг. ред. А. В. Руснак. — Херсон : ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2017. — С. 299–307.
4. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : [навч. посіб.] / В. Ф. Кифяк. — Чернівці : Книги-XXI, 2003. — 300 с.
5. Мармуль Л. О. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання : [монографія] / Л. О. Мармуль, І. А. Романюк. — Херсон : Айлант, 2015. — 266 с.
6. Шимечко Г. І. Агротуризм як напрям підприємництва: теорія і практика : монографія / Г. І. Шимечко, Г. В. Черевко. — Львів : Ліга-Прес, 2009. — 206 с.

References

1. Kuzhel, V. V. (2015). *Problemy rozvytku pidpryyemstv zelenoho silskoho turyzmu* [Problems of development of enterprises of green rural tourism]. Scientific-practical conference, Theory, practice and innovations of development of tourist and hotel-restaurant industry, 79–81. Uman, Publishing-printing center «Vizavi» (in Ukr.).
2. Ihnatenko, M. M. (2010). *Sotsialno-ekonomichni aspekty aktyvizatsiyi ahroturystychnoyi diyalnosti* [Socio-economic aspects of activization of agro-tourism activity]. All-Ukrainian scientific and practical conference, Participation of young people in the development of economy and society of Ukraine. Kyiv, NAKKKiM, 243–246 (in Ukr.).
3. Romanyuk, I. A. (2017). *Rozvytok silskoho zelenoho turyzmu v umovakh neobkhidnosti dyversyfikatsiyi silskoyi ekonomiky* [Development of rural green tourism in the conditions of necessity of diversification of rural economy]. In A. V. Rusnak (Ed.) *Stratychichni napryamy sotsialno-ekonomichnoho rozvytku ahrarynoho sektoru ekonomiky Ukrainy* [Strategic directions of socio-economic development of agrarian sector of economy of Ukraine]. Kherson, LLC «VKF» STAR» LTD, 299–307 (in Ukr.).
4. Kyfyak, V. F. (2003). *Orhanizatsiya turystychnoyi diyalnosti v Ukraini* [Organization of tourism activity in Ukraine]. Chernivtsi, Books XXI (in Ukr.).
5. Marmul, L. O. & Romanyuk, I. A. (2015). *Rynok pratsi ta zaynyatist naseleennya silskykh terytoriy: teoriya i praktyka rehulyuvannya* [Labor market and rural population employment: theory and practice of regulation]. Kherson, Aylant (in Ukr.).
6. Shymechko, H. YI. & Cherevko, H. V. (2009). *Ahroturyzm yak napryam pidpryyemnytstva: teoriya i praktyka* [Farm tourism as a business direction: theory and practice]. Lviv, Liga-Press (in Ukr.).