

ЗАСАДИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

В статті розглядаються особливості здійснення менеджменту підприємницької діяльності у сфері агротуризму та сільського зеленого туризму. На основі наукових підходів зарубіжних та вітчизняних вчених уточнюються та обґрунтовуються поняття "менеджмент" та "управління". Наголошено на важливості задіяння методу SWOT-аналізу, який є актуальним при формуванні бізнес-ідеї у процесі узагальнення і обробки інформації щодо наявності агротуристичного потенціалу.

Ключові слова: менеджмент, управління, підприємницька діяльність, агротуризм, сільський зелений туризм, метод SWOT-аналізу, агро туристичний потенціал, бізнес-ідея.

ВСТУП

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку, людство зіткнулось із низкою криз: ресурсною, економічною, фінансовою, соціально-економічною, морально-етичною. Деградація екологічного потенціалу біосфери і загострення кризової екологічної ситуації як в окремих регіонах, так і в світі загалом, дає підстави говорити про зростання попиту на екологічно чистий продукт у всіх формах його вираження. Сільський зелений і екологічний туризм являється тим, що дає змогу торкнутись туристам до природного ресурсу, який не зазнав впливу техногенного розвитку з одного боку; а з іншого, дати місцевим жителям стимул до збереження ресурсного потенціалу регіону і суспільного розвитку в «партнерстві» з природою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробкою теоретичних і практичних проблем розвитку сільського туризму займалось багато зарубіжних і вітчизняних учених. Серед них варто виділити Я. Вербеке, М. Джевецького, М. Дембневську, А. Каннона, В. Мідлетона, Н. Ротге. Дослідження особливостей становлення агротуризму, підходи до класифікації і принципів функціонування підприємств у галузі зеленого туризму викладені у працях таких українських авторів, як В. І. Бірковича, В. П. Васильєва, О. Ю. Дмитрука, Ю. В. Зінько, О. М. Капітанця, В. Ф. Киф'яка, М. М. Костиці, Т. Ю. Лужанської, О. О. Любіцевої, С. С. Махлинця, Г. І. Михайліченка, Х. Й. Роглева, М. Й. Рутинського, Л. І. Тебляшкіної, Т. І. Ткаченка.

Незважаючи на наявність значної кількості наукових досліджень, присвячених особливостям процесу управління підприємницькою діяльністю у сфері сільського туризму, існують питання, які є актуальними в сучасних умовах. На сьогодні важливим є дослідження засад менеджменту у сфері сільського туризму з метою забезпечення її збалансованого розвитку.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сутності понять "менеджменту" та "управління" підприємницької діяльності у сфері сільського туризму, а також окреслення його ролі у процесі формуванні ефективної господарської

системи.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Менеджмент обумовлюється сукупністю принципів, методів, засобів, функцій і форм управління організаціями, установами з метою реалізації стратегічних планів, досягнення ефективності виробництва і збільшення прибутку, а також керівництвом (управлінням) підприємством (фірмою) [1]. Управління як економічна категорія представляє особливу форму економічних відносин, що впливають на процеси, об'єкт чи систему, аби зберегти її стійкість, або перевести в інший стан відповідно до поставлених цілей [2, с. 131].

Сутність управління визначається об'єктом та суб'єктом управління. При цьому об'єкт управління є підсистемою, якою управляють; це підприємства, організації, засоби і фактори виробництва, елементи соціальної сфери, в яких зосереджена або на яких спрямована економічна діяльність, що являє собою певну сторону економічних інтересів і відносин. [3, с. 604]. А суб'єкт управління є підсистемою, яка управляє: апарат управління, особи, які здійснюють економічну, господарську діяльність, а також підприємства, фірми, компанії, держава, міжнародні фінансово-кредитні установи та інші. Суб'єкт і об'єкт є органічно взаємопов'язаними [2, с. 514].

Управління підприємством означає раціональний розподіл ресурсних можливостей і їх корисної реалізації для отримання прибутку, що сприяє розвитку інфраструктурної системи в цілому. Керівництво сільськогосподарського підприємства в галузі зеленого туризму вимагає певних концептуальних підходів в силу особливостей, якими наділений цей вид туристичних послуг. Управління підприємством, що спеціалізується на наданнях послуг сільського туризму, має характерні особливості в силу свого становища у осередку економіки і правового регулювання цього виду підприємницької діяльності в нашій країні, суттєво відрізняючись організаційною структурою діяльності від інших галузей особливою формою забезпечення атракції.

Завданням підприємця у сфері сільського туризму є не тільки виявлення загальних тенденцій і

закономірностей розвитку бізнесу, але й знаходження специфічних особливостей функціонування механізму діяльності підприємства. Власники агроосель чи агросадіб повинні сформувавши таку систему управління, яка б забезпечила високу ефективність їх роботи, конкурентоздатність і стійке положення на ринку, поєднуючи сільськогосподарську виробничу діяльність із наданням послуг відпочинкового характеру для туристів [4, с. 90].

Менеджмент агротуризму передбачає обґрунтування факторів, які впливають на потенційні вигоди у функціонуванні агроосель сільських районів, серед яких можна виділити одні з найважливіших, а саме: вивчення попиту та потреб на турпослуги; організація системи співробітництва туристичних підприємств, що обумовила створення «трудова спілок» між суб'єктами господарювання в сільському зеленому туризмі та суміжних галузей, що сприяє формуванню кластерів; збут турпослуг, пошук і приваблення потенційних клієнтів; планування атракцій з врахуванням особливостей місцевої культури та забезпечення максимально високого рівня надання послуг; поєднання сільськогосподарської діяльності з наданням туристичних послуг; рекламно-інформаційна діяльність.

Метою менеджменту сільського зеленого туризму є довготермінова підтримка сталості й динаміки розвитку бізнесу, шляхом реалізації особливостей місцевої культури та навколишнього середовища через механізми створення конкурентоспроможних специфічних споживчих благ та послуг на засадах забезпечення необхідного рівня якості умов надання предмету туристичного попиту.

Туризм може виступати важливим джерелом забезпечення трудової зайнятості для сільських громад, особливо для тих, які знаходяться в демо- чи агродепресивних та економічно відсталих районах.

Помилковою є думка, що робочі місця в агротуристичному сервісі здебільшого не вимагають особливих навиків та високої кваліфікації. У досліджуваній сфері необхідно володіти знаннями щодо особливостей ведення сільського господарства, раціонального природокористування, збереження навколишнього природного середовища тощо. Корінні мешканці, зазвичай, наділені навичками екскурсовода-провідника та майстерністю кустарних промислів, притаманних тій чи іншій місцевості. Важливим питанням є адаптація традиційного домашнього господарства і ведення сільськогосподарської діяльності в цілому до екскурсійної туристичної атракції з наданням різноманітних послуг відвідувачам (рекреантам), що сприятиме диверсифікації доходів сільського підприємця.

Можна виділити кілька видів підприємств (фірм) у сфері сільського туризму:

підприємство, яке діє як окрема цілісна туристична фірма із специфічними атракціями властивими сільському туризму і прямо зорієнтовані на надання туристичних послуг із сформованими програмами відпочинку для клієнтів (туристичні агрооселі, ферми екзотичних істот і т.п.);

сільські садиби, власники яких основною діяльністю мають сільськогосподарське виробництво, проте можуть прийняти у себе в будинку відвідувачів, надавши їм тимчасове житло, їжу, можливість попрацювати по домогосподарству, а також ознайомитись з особливостями місцевої гостинності.

У сільському туризмі доцільним є чіткий розподіл щодо господарських підприємств з туристичним нахилом і звичайних сільських садіб, оскільки у сільській місцевості не всі мешканці можуть займатись підприємництвом, однак виявляти гостинність, приймаючи гостей на сезонній основі, цілком можливо для більшості сільського населення. При цьому потрібно акцентувати увагу на забезпеченні надання якісних послуг у сфері сільського туризму.

Сільський туризм спонукає місцеві громади не тільки до відбудови місцевих, регіональних історичних пам'яток та місцевої культури в сільських районах, але й сприяє створенню нових визначних пам'яток та місць з метою покращення атракційності, що може забезпечити більший притік туристів. Активізація масового туризму на селі, окрім покращення відповідної інфраструктури, надає імпульс для розвитку трудомістких і нетрадиційних сільськогосподарських виробництв, або ж сприяє їх відродженню. Для прикладу: створення лосиної ферми, розведення страусів, створення пасік, рибників для риболовлі форелі та інше.

Основним суб'єктом туристичної діяльності у забезпеченні відпочинку на селі виступає сільська родина, яка надає туристичні послуги, зокрема житло, забезпечує харчування екологічно чистими продуктами, переважно виробленими у домогосподарстві, допомагає організувати дозвілля, забезпечує безпеку відпочинку тощо. Кожна родина, що працює у сфері сільського туризму, є міні-туроператором, оскільки формує власний продукт. З метою приваблення туристів необхідно подбати про змістовне дозвілля відпочиваючих. Господар повинен мати кілька варіантів організації дозвілля відпочиваючих, бути готовим показати власне господарство, розповісти про особливості його ведення, історію села, краю, географічні особливості, визначні пам'ятки, традиції, звичаї тощо, надати необхідний інвентар, виконувати роль провідника й екскурсовода. Виникає проблема освіти господарів: вони повинні знати свої права і обов'язки, володіти основами бухгалтерського обліку, вміти надати першу медичну допомогу, бути краєзнавцями [5, с. 91].

Важливим механізмом менеджменту сільського зеленого туризму є налагодження діалогу й партнерства між бізнесом, спілками власників і громадськими інститутами, адже зрозуміло, що туристичні підприємства, які здебільшого знаходяться у статусі малих, самотужки не можуть розв'язати проблему накопичення достатніх інвестиційних ресурсів для повноцінного виконання і розвитку туристичного потенціалу територій. Тому провідна роль у розвитку цього процесу, повинна належати регіональним органам управління, які докладатимуть зусилля для розвитку галузі і залучення інвестиційного капіталу як вітчизняного, так і іноземного з метою

створення сучасної інфраструктури індустрії відпочинку.

Негативними факторами впливу, що ускладнюють формування ефективного підприємницького середовища у сфері розвитку агротуризму є: необізнаність суб'єктів підприємницької діяльності щодо ведення туристичного бізнесу в умовах ринкового середовища; сезонність попиту на турпослуги; незначна кількість бізнесменів з підприємницькими здібностями; несприятлива для розвитку бізнесу ситуація в країні пов'язана із корупційністю різного роду ревізуючих державних установ, починаючи із податкової, санітарно-епідеміологічної служби тощо; відсутність інституційного забезпечення регулювання сфери агротуризму, що визначає статус сільського туризму і його регулювання у системі державного відтворення; податковий тиск, передусім на початковому етапі, що гальмує підприємницьку діяльність у сфері сільського туризму; незадовільна транспортна інфраструктура; недостатність фінансових ресурсів для упорядкування системи інфраструктури, що сприятиме веденню бізнесу в галузі сільського туризму, а також можливостей надання позик кредитними установами, які здебільшого надаються підприємствам із стійким положенням на ринку і фінансовою рентабельністю.

У процесі окреслення стратегічних пріоритетів розвитку агротуристичного господарства доцільним є проведення SWOT-аналізу, як методу експертної оцінки соціально-економічної ситуації на місцях й з'ясування ключових напрямів менеджменту сільського туризму. Однак, більшість сільських мешканців не володіє особливими знаннями у проведенні подібних науково обґрунтованих оцінок, а керується методом співставлення наявних можливостей і загроз, а також отримання прибутку у процесі здійснення туристичної діяльності. SWOT-аналіз є актуальним при формуванні бізнес-ідеї у процесі узагальнення і обробки інформації щодо наявності агротуристичного потенціалу. При цьому необхідною є консультація спеціаліста, який володіє інформаційними знаннями у досліджуваній сфері.

За допомогою методу SWOT-аналізу можна визначити як внутрішні, так і зовнішні чинники, що впливають на успішне ведення туристичного бізнесу, і сприяє окресленню можливостей ресурсного потенціалу та визначення пріоритетних напрямів перспективного розвитку. Аналіз спрощує ідентифікацію сильних сторін і можливостей, які потрібно використати, а також слабких сторін і загроз, які потрібно подолати. Завдяки правильному визначенню сильних сторін і можливостей власник агрооселі може порівняти стратегічні альтернативи, зробити обґрунтований вибір і конкретизувати стратегію дій, сформувані нові концепції і плани [4]. Однак, для здійснення відміченого аналізу виникає потреба кваліфікованої інформаційної підтримки суб'єктів господарювання, передусім початківців.

Менеджмент та організація сільського туризму пов'язані з потребою у різного роду посередниках – надавачів туристичних послуг, оскільки приватний господар не може повною мірою охопити та

забезпечити різноманітні потреби споживача. Відповідно, виникає необхідність тісних зв'язків з постачальниками, торговими посередниками, фінансово-кредитними установами, супутніми обслуговуючими організаціями [4].

Масовий потік туристів та рекреантів може порушувати рівновагу екосистеми [6]. Тому необхідно розробити заходи запобігання перевантаження, регламентування рекреаційної місткості, побудови прогнозів потоків туристів та рекреантів, розвивати законодавчу базу у сфері туристично-рекреаційного бізнесу, задіяти ефективні механізми управління туристичною діяльністю на природно-заповідних територіях, екосистемах, залучення різних джерел фінансування, зокрема довгострокового, впровадження інноваційних проектів у розвиток інфраструктури туризму та рекреації відповідно до міжнародних стандартів, розширення асортименту туристично-рекреаційних послуг, стимулювання розвитку туристичної діяльності з пріоритетною орієнтацією на екологічний, у тому числі сільський зелений туризм, традиційних народних промислів, вироблення екологічно чистих продуктів харчування, оздоровчих та лікувальних трав'яних сумішей, предметів побуту з регіональною символікою, проведення еколого-освітньої діяльності, прокладання екологічних маршрутів, поліпшення облаштованості території місцями для паркування транспорту, створення пішохідних зон, музейних експозицій і копій визначних пам'яток, рекламно-інформаційного забезпечення використання природних ресурсів, інформаційних матеріалів і центрів, у тому числі для попередження про небажаність відвідувань у період максимального завантаження, використання маркетингу, супровід груп гідями, інструктаж гідів, екскурсодів і туроператорів тощо.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Різноманітний за своїми різновидами туризм став невід'ємним явищем сучасного життя. В усьому світі він є визнаним і вагомим чинником економічного розвитку. Феномен туризму постійно розвивається, адже він є соціальним за своєю природою. Внаслідок підвищення життєвих стандартів і збільшення часу для відпочинку працюючого населення туристська активність має тенденцію до зростання. Ця тенденція поширюється і охоплює дедалі більші верстви суспільства.

Загалом, аналізуючи ситуацію, що склалася в нашій країні, можна стверджувати, що розвиток підприємництва в індустрії гостинності представляє собою складний і трудомісткий процес, що супроводжується численними проблемами.

Вплив агротуризму на розвиток сільських територій країни вимагає виваженої оцінки і підходів до вивчення проблем, оскільки кожен регіон володіє певними притаманними йому особливостями ведення господарства і культурними надбаннями, які, за умови ефективної реалізації, здатні підтримувати малий та середній бізнес, що є базовою основою стабільності

економічного розвитку.

Науково обґрунтований підхід до формування малого та середнього бізнесу на селі дозволяє ефективніше використовувати наявні ресурси,

збільшити коефіцієнт віддачі з реалізації від вироблення сільськогосподарської продукції та покращити розвиток комплексної інфраструктури туристичної галузі і, зокрема, сільського туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економічна енциклопедія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://www.studentbooks.com.ua/content/view/36/39/>.
2. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія [Текст]: У трьох томах. Т.3. / С. В. Мочерний. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
3. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія [Текст]: У трьох томах. Т.2. / С. В. Мочерний. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 848 с.
4. Мельниченко С. В. Особливості функціонування інформаційного ринку в туризмі / С. В. Мельниченко // Структурно-інституційні зміни та інвестиційно-інноваційний розвиток регіону: XVI Міжнар. наук.-практ. конф., 17-18 трав. 2007 р. – Чернівці, 2007. – С. 287-290.
5. Лужанська Т. Ю. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: [навч. посібник] / Т. Ю. Лужанська, С. С. Махлинець, Л. І. Тебляшкіна; за ред. д.г.н., проф. Волошина І. М. – К.: Кондор, 2008. – 385 с.
6. Мольчак Я. О. Річки Волині / Я. О. Мольчак, Р. В. Мікас. – Луцьк: Надстир'я, 1999. – 176 с.

Волошенко Сергей Сергеевич

ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

В статье рассматриваются особенности осуществления менеджмента предпринимательской деятельности в сфере агротуризма и сельского зеленого туризма. На основе научных подходов зарубежных и отечественных ученых уточняются и обосновываются понятия "менеджмент" и "управление". Подчеркнута важность задействования метода SWOT-анализа, который является актуальным при формировании бизнес-идеи в процессе обобщения и обработки информации о наличии агротуристического потенциала.

Ключевые слова: менеджмент, управление, предпринимательская деятельность, агротуризм, сельский зеленый туризм, метод SWOT-анализа, агро туристический потенциал, бизнес-идея.

S. Voloshenko

PRINCIPLES OF MANAGEMENT BUSINESS IN RURAL TOURISM

The article deals with the peculiarities of management in business activities in the field of agro-tourism and green tourism. The concept of "management" has been clarified and justified based on scientific approaches of foreign and domestic scientists. The importance of method invocation SWOT-analysis, which is important when forming a business idea in the synthesis and processing of the availability of agro-tourism potential, has been emphasized.

Key words: management, entrepreneurship, agro-tourism, Green tourism, SWOT-analysis method, agro tourism potential business idea.

Одержано: 23.06.2014 р.