

УДК 379.845:631.11

DOI: 10.33813/2224-1213.21.2019.6



Жуковський Максим Олегович,

*асистент кафедри епізоотології та організації ветеринарної справи
Національного університету біоресурсів
і природокористування України
ORCID: 0000-0002-6158-800X
nfvm@ukr.net*

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мета роботи. Метою дослідження є пошук нових підходів до формування результативної системи управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств, а саме – обґрунтування розвитку нового напрямку в діяльності аграрних підприємств як сільський зелений туризм та його вплив на рівень конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. **Методологія дослідження** полягає в застосуванні історичного, логічного, системного методів, а також системно-діяльнісному підході. Наукова новизна полягає в обґрунтуванні того, що досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства можливе при використанні системно-креативного підходу до управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств з урахуванням креативно-інноваційних процесів таких як відкриття нового напрямку діяльності як сільський зелений туризм. **Висновки.** Таким чином, відкриття нового напрямку в діяльності аграрних підприємств як сільський зелений туризм принесе позитивні зміни в результативності господарської діяльності, покращить діловий імідж, збільшить обсяги реалізації органічної продукції, підвищить рівень задоволеності персоналу, буде сприяти розвитку місцевої територіальної громади та підвищить рівень конкурентоспроможності і конкурентостійкості підприємства.

Ключові слова: *конкурентоспроможність, конкурентні переваги, сільський зелений туризм, конкурентоспроможний потенціал, система управління, сільськогосподарське підприємство.*

Жуковский Максим Олегович,

*ассистент кафедры эпизоотологии и организации ветеринарного дела
Национального университета биоресурсов и природопользования Украины*

Сельский зеленый туризм как направление повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий

Цель работы. Целью исследования является поиск новых подходов к формированию результативной системы управления конкурентоспособностью сельскохозяйственных предприятий, а именно – обоснование развития нового направления в деятельности аграрных предприятий как сельский зеленый туризм и его влияние на уровень конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий. **Методология исследования** заключается в применении исторического, логического, системного методов, а также системно-деятельностного подхода. Научная новизна заключается в обосновании того, что достижение высокого уровня конкурентоспособности предприятия возможно при использовании системно-креативного подхода к управлению конкурентоспособностью сельскохозяйственных предприятий с учетом креативно-инновационных процессов таких как открытие нового направления деятельности как сельский зеленый туризм. **Выводы.** Таким образом, открытие нового направления в деятельности аграрных предприятий как сельский зеленый туризм принесет положительные изменения в результативности хозяйственной деятельности, улучшит деловой имидж, увеличит объемы реализации органической продукции, повысит уровень удовлетворенности персонала, будет способствовать развитию местной территориальной общины и повысит уровень конкурентоспособности и конкурентостойкости предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, сельский зеленый туризм, конкурентоспособный потенциал, система управления, сельскохозяйственное предприятие.

Zhukovskiy Maksym,

*department of epizootology and organization of veterinary business,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*

Rural green tourism as a way to increase the competitiveness of agricultural enterprises

The purpose of the work. The aim of the study is to find new approaches for the formation of a successful system of managing the competitiveness of agricultural enterprises, namely, to justify the development of a new direction in the activities of agricultural enterprises as rural green tourism and its impact on the level of competitiveness of agricultural enterprises. The methodology of the study is to apply the historical, logical, systemic methods, as well as the system-activity approach. The scientific novelty is to justify that achieving of high-level competitiveness of the enterprise is possible when using a system-creative approach to managing the competitiveness of agricultural enterprises, taking into the account creative-innovative processes such as opening a rural green tourism as new line of activity. Conclusions. Thus, opening of a new direction in the activities of agricultural enterprises as rural green tourism will bring positive changes in the efficiency of economic activity, improve the business image, increase the volume of sales of organic products, increase the level of satisfaction of staff, will promote the development of the local territorial community and increase the level of competitiveness of the enterprise.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, rural green tourism, competitive potential, management system, agricultural enterprise.

Актуальність теми дослідження. В умовах посилення антропогенного навантаження на навколишнє середовище, перенаселеності столиці та обласних центрів, погіршення екологічної ситуації і психологічного клімату у великих містах, з одного боку, та поглиблення процесів глобалізації економіки з одночасним зростаючим рівнем конкуренції на агропродовольчих ринках, з іншого, непересічного значення набуває стратегія екологізації сільського господарства та

вихід нашої держави на світовий ринок органічної (екологічно чистої) продукції. Сьогодні значно розширюється конкурентне поле і зростає кількість суб'єктів конкурентних відносин, відповідно, змінюються і завдання та підходи до питання управління конкурентоспроможністю і формування конкурентоспроможного потенціалу. Екологічна безпечність продукції, виробленої сільськогосподарським підприємством, невеличким фермерським господарством та, навіть, приватним домогосподарством стає одним з основних факторів його внутрішньої та зовнішньої конкурентоспроможності.

Аналіз досліджень і публікацій. Питанням конкурентоспроможності в економічно розвинених країнах, а останнім часом і в Україні, присвячено багато публікацій. В останні роки науковці також зосередили увагу на пошуку альтернативних та інноваційних напрямів підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Основні підходи висвітлені у працях зарубіжних і вітчизняних вчених: Л. Абалкіна, Л. Балабанова, К. Воблій, А. Воронкової, В. Галушко, А. Градова, О. Гудзинського, В. Гончарова, Л. Гуляева, А. Заїнчковського, М. Ільчука, Н. Ізмайлова, С. Кваші, С. Нестеренко, І. Отенко, Б. Райзберга, Д. Шевченко та інших.

Мета дослідження. Метою статті є пошук нових підходів до формування результативної системи управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств, а саме – обґрунтування розвитку нового напрямку в діяльності аграрних підприємств як сільський зелений туризм та його вплив на рівень конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу. В останнє десятиліття світовий тренд щодо якості життя, активного відпочинку, подорожей вихідного дня дістався і до нашої країни. Серед українців має місце підвищений інтерес до якості продукції, що поставляється споживачеві. Наявність у виробника і постачальника системи якості, використання традиційних, так би мовити, автентичних технологій виробництва стає важливим фактором підвищення конкурентоспроможності його продукції і необхідною умовою як для виходу на світовий ринок, так і для завоювання топових позицій і створення міцного позитивного іміджу на власному регіональному ринку.

Саме тому усвідомлення людством погіршення стану навколишнього природного середовища, інтенсифікація сільськогосподарського виробництва викликали інтерес до органічного виробництва продукції, яке гарантує її необхідний якісний рівень і безпечність харчування, а також не шкодить довкіллю, а навпаки – відновлює хиткий природній баланс. Так, на замовлення Асоціації «БІОЛан Україна» за підтримки FiBL компанією GfK Ukraine було проведено дослідження, яке свідчило про те, що серед громадян України практично в усіх регіонах вже є повне розуміння, що таке органічна продукція, екологічне та відновлювальне сільське господарство та бажання споживати саме таку продукцію [5, 8].

Все більше мешканців міст хочуть не тільки споживати органічну продукцію і активно проводити вихідні, а і особисто бачити, як вона зростає, як утримуються тварини, як збирають урожай і т. д.

Незважаючи на негативний вплив політичних та економічних чинників на світовий ринок органічної продукції, він і надалі продовжував зростати, демонструючи стабільне збільшення у порівнянні з попередніми роками. В Україні за останні три роки внутрішній ринок споживання сертифікованих органічних продуктів зріс на 1,5 млн євро. Найбільшим попитом при цьому як у Києві, так і в інших регіонах України користуються свіжі якісні молочні продукти, свинина, яловичина, фрукти, овочі, соки, крупи, борошно тощо.

Саме тому реалії сьогодення створюють об'єктивні умови для визначення нових підходів до управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств. Тому ми проаналізували основні підходи до управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств та запропонували нові.

На думку М. Галелюка, управління конкурентоспроможністю підприємства – це конкретна функція менеджменту, що реалізується через здійснення загальних функцій з метою підтримання та підвищення конкурентоспроможності підприємства та його товарів, що є складовими єдиної системи [2]. Л. Балабанова в управлінні конкурентоспроможністю вбачає сукупність управлінських дій, спрямованих на дослідження діяльності активних і потенційних конкурентів, їх сильних і слабких сторін, а також розробку конкурентних стратегій, що забезпечують формування і підтримку довгострокових конкурентних переваг [1]. І. Піддубний управління конкурентоспроможністю визначає як напрям менеджменту, спрямований на формування, розвиток і реалізацію конкурентних переваг і забезпечення життєдіяльності цього суб'єкта економічної діяльності [6]. На думку С. Клименка, управління конкурентоспроможністю підприємства – це певний аспект менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції [4].

Конкурентоспроможність окремого аграрного підприємства товарного чи регіонального ринку виступає як узагальнююча оцінка його конкурентних переваг з питань фінансування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарчої системи, які існують на момент чи протягом періоду оцінювання.

Неповнота, а іноді й відсутність доступу до інформації про діяльність підприємств-конкурентів нерідко зумовлює необ'єктивну оптимістичну оцінку стосовно переваги підприємства над його конкурентами. І, навпаки, повнота збору інформації та широта використання джерел є запорукою об'єктивності висновків, які будуть отримані на стадії її обробки.

Будь-яке сільськогосподарське підприємство повинне працювати таким чином, щоб мінімізувати негативний вплив зовнішнього середовища та отримати максимальні переваги від своїх можливостей. Іншими словами, дії підприємства повинні носити системний і комплексний характер з чітко вираженою цільовою спрямованістю.

Зацікавленість підприємств у результатах своєї діяльності підсилює необхідність підвищення конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність виступає найважливішим чинником

забезпечення безпеки та стабільності діяльності підприємства і, як наслідок, його подальшого ефективного розвитку. Однією із найважливіших завдань є покращення системи управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств.

Система управління конкурентоспроможністю підприємства може бути визнана як ефективна тільки у разі, якщо: підприємство досягає стратегічних цілей, ефективно використовує свої конкурентні переваги; присутні умови для безперервного вдосконалення процесів; результати діяльності підприємства мають тенденцію до поліпшення, спостерігається стабільне зростання; колектив діє як єдина команда на основі довіри та корпоративної культури; споживачі високо цінують і віддають перевагу продукції підприємства.

Існує три основні класичні підходи до управління конкурентоспроможністю: системний, процесний та ситуаційний, а також виділяють специфічні підходи: інноваційний, екологічний, сервісний, маркетинговий, логічний, глобальний, інтеграційний, функціональний, структурний та інші.

Найчастіше для управління конкурентоспроможністю підприємства застосовують системний підхід, згідно з яким всебічно оцінюється його система управління як у цілому, так і на рівні конкретних конкурентних переваг; аналізується будь-яка ситуація в межах окремо взятої системи; виявляється характер проблем, враховуються всі необхідні взаємозв'язки та взаємодії в системі управління діяльністю підприємством.

Розвиток сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах ринкової економіки можливо забезпечити тільки шляхом запровадження системи управління їх конкурентоспроможністю, сформованою на нових методологічних засадах. При цьому повинні враховуватися фактори впливу зовнішнього і внутрішнього середовища [7]. Потреба у формуванні нових підходів до управління зумовлена: підвищенням вимог суб'єктами попиту в системі організаційних взаємодій; посиленням конкурентної боротьби на регіональних, державних і світових сегментах продовольчого ринку; підвищенням рівня ймовірності появи загроз, ризиків та розвитку кризових явищ; необхідністю розв'язання завдань соціального, екологічного, інтелектуального й економічного спрямування в їх органічно-гармонійній єдності; забезпечення безпеки на рівні підприємств, регіонів та держави в цілому. Вищезазначене дає підстави стверджувати, що проблема є комплексною й потребує нового концептуального підходу до формування системи управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств.

Теорія і методологія формування результативних систем управління розвитком підприємств та їх потенційними можливостями не є статичною, а такою, що динамічно розвивається, базуючись на теоріях зовнішнього середовища, що постійно змінюється та потребує від підприємств у перегляді в часовому і просторовому вимірі позиції і напрямів дій в стратегічних зонах господарювання та забезпечення їх конкурентоспроможності як суб'єктів бізнесової діяльності [3]. Це об'єктивний взаємопов'язаний процес. Від рівня її упереджувальної збалансованості в процесі передбачення динамічних

змін та розвитку у зовнішньому конкурентному середовищі визначається рівень сформованості результативної системи управління забезпечення успішного їх функціонування та здатності відстоювати або розвивати свої конкурентні позиції у відповідному сегменті ринку.

Найефективнішим у конкретній ситуації вважається той підхід, який найбільше відповідає даній ситуації. На нашу думку, досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства можливе при використанні системно-креативного підходу до управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств з урахуванням креативно-інноваційних процесів в організаціях та безпосередньо в менеджменті як системних цінностях в органічній єдності екологічних, соціальних, організаційних, інтелектуальних та інших складових, спрямованих на підвищення стратегічної конкурентоспроможності суб'єктів діяльності, рівня і якості життя працівників та виконання зобов'язань перед суб'єктами за інтересами. Цей підхід дає змогу врахувати всі необхідні взаємозв'язки та взаємодії в системі управління, дозволяє при постановці цілей всебічно зважувати чинники та спрямовувати механізми управління конкурентоспроможністю на досягнення поставлених цілей.

Останнім часом ми можемо спостерігати, що використання земель сільськогосподарського призначення спрямовано на посіви технічних та високопродуктивних культур, у тваринництві використовують високу концентрацію тварин та інтесифікацію виробничих процесів. Це призводить до виснаження землі, зниження її вартості, забруднення навколишнього середовища, міні екологічних катастроф, що наносить значний збиток як виробникам, так і місцевим громадам у коротко- та у довгостроковій перспективі. Сучасний розвиток агропромислового виробництва вимагає забезпечення потреб розширеного відтворення шляхом застосування сучасних підходів та інноваційних технологій в системі управління розвитком підприємства.

Орієнтувати розвиток підприємства на активізацію інноваційної діяльності, дотримуватись принципів ресурсозбереження та енергозбереження, застосовувати технології, що не шкодять довкіллю, використовувати природні резерви організму тварин, виробляти високоякісну, безпечну та унікальну продукцію рослинництва і тваринництва на ринку, доповнювати основний вид діяльності є відносно новим, але досить перспективним напрямом.

Екологічний та соціальний аспекти досить часто залишаються недооціненими в системі управління конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств. На імідж невеликі товаровиробники не звертають уваги, оскільки помилково вважають його неважливим на ринку виробників однотипної сировинної продукції і достроково віддають пальму першості великим виробничим об'єднанням та агрохолдингам з відомою на всю Україну назвою.

Однак, слід зазначити, що не однією рентабельністю можна вимірювати ефективність виробництва. Виробництво органічної, екологічно чистої продукції неодмінно покращить імідж підприємства, оскільки саме на виробника такої продукції більше уваги звертає споживач, на відміну від сировинної продукції, наприклад, зернових чи олійних культур.

Сільський зелений туризм абсолютно реально може стати одним із напрямків підвищення конкурентоспроможності дрібних та середніх сільськогосподарських підприємств. Це популяризація продукції власного виробництва, саме в таких умовах кінцевий споживач зможе реально відчутти на собі популярну фразу: з лану до столу. Побачити де і як вирощують продукти харчування, власноруч зібрати врожай або придбати готову продукцію, побачити та показати власним дітям сільськогосподарських і домашніх тварин та інше.

Все це в комплексі значно підвищить позитивний імідж виробника. В спеціалізованих фермерських магазинах або тих, що реалізують органічну та екологічно чисту продукцію, такий споживач буде шукати саме ту, де на власні очі бачив умови вирощування, збирання врожаю та утримання тварин. З такими виробниками охоче будуть співпрацювати посередники та переробники і головне – їх будуть рекомендувати для співпраці колегам. Особливо це буде вигідно підприємствам, що мають різну спрямованість, окрім стандартних сільськогосподарських культур, займаються садівництвом, ягідництвом, бжолярством, тваринництвом різних напрямків.

Соціальному аспекту та розвитку місцевих громад зелений туризм принесе теж позитивні зміни. В сільській місцевості останні 20-25 років ми можемо спостерігати брак робочих місць. Крім того, у рослинництві є чітка сезонність зайнятості працівників. Нові робочі місця неодмінно відіграють позитивну роль у розвитку соціальної інфраструктури місцевої громади, створять позитивний імідж працедавця та зупинять відтік робочих рук за кордон на сезонні роботи.

Висновки. Таким чином, відкриття нового напрямку в діяльності аграрних підприємств як сільський зелений туризм принесе позитивні зміни в результативності господарської діяльності, покращить діловий імідж, збільшить обсяги реалізації органічної продукції, підвищить рівень задоволеності персоналу, буде сприяти розвитку місцевої територіальної громади та підвищить рівень конкурентоспроможності і конкурентостійкості сільськогосподарського підприємства.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга [монография] / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.
2. Галелюк М.М., Система управління конкурентоспроможністю машинобудування підприємства. Вісник економічної науки України. – 2008. – № 2. – С. 15-21.
3. Гудзинський О. Д., Судомир С. М., Нестеренко С. А., Гуренко Т. О., Колос З. В. Організаційно-економічний механізм розвитку підприємств АПК: управлінський аспект: [монографія]. К.: ЦП «Компринт», 2019. 352 с.
4. Клименко С.М, Дуброва О.С., Барабась Д.О. та інші. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
5. **Офіційний** веб-сайт Міжнародної Громадської Асоціації учасників біовиробництва «БІОЛан Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.biolan.org.ua/uk/news/?newsid=111>.

6. **Піддубний І. О.** Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 264 с.
7. **Судомир С.М.** Формування системи управління розвитком сільськогосподарських підприємств: теорія, методологія: монографія / С.М. Судомир. – К.: ЦП «Компринт», 2015. – 483 с.
8. **International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM).** [Електоний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ifoam.org/about_ifoam/principles/index.html.

References

1. **Balabanova L. V.** upravlenie konkurentosposobnostyu predpriyatiy na osnove marketinga [monografiya] / L. V. Balabanova, A. V. Krivenko. – Donetsk: DonGUET im. M. Tugan-Baranovskogo, 2004. – 147 s.
2. **Galelyuk M.M.,** Sistema upravlinnya konkurentospromozhnisty mashinobuduvannya pidpriemstva. Visnik ekonomichnoyi nauki Ukraini. – 2008. – # 2. – S. 15-21.
3. **Gudzinskiy O. D., Sudomir S. M., Nesterenko S. A., Gurenko T. O., Kolos Z. V.** Organizatsiyno-ekonomichniy mehanizm rozvitku pidpriemstv APK: upravlinskiy aspekt: [monografiya]. K.: TsP «Komprint», 2019. 352 s.
4. **Klimenko S.M, Dubrova O.S., Barabas D.O. ta Inshi.** Upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpriemstva: Navchalniy posibnik. – K.: KNEU, 2006. – 527 s.
5. **Ofitsiyiy veb-sayt Mizhnarodnoyi Gromadskoyi Asotsiatsiyi uchasnikiv biovirobnitstva «BIOLan Ukrayina»** [Elektoniy resurs]. – Rezhim dostupu: <http://www.biolan.org.ua/uk/news/?newsid=111>.
6. **Piddubniy I. O.** Upravlinnya mizhnarodnoyu konkurentospromozhnisty pidpriemstva / I. O. Piddubniy, A. I. Piddubna. – H.: VD „INZHEK”, 2004. – 264 s.
7. **Sudomir S.M.** Formuvannya sistemi upravlinnya rozvitkom silskogospodarskih pidpriemstv: Teoriya, metodologiya: monografiya / S.M. Sudomir. – K.: TsP «Komprint», 2015. – 483 s.
8. **International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM).** [Elektoniy resurs]. – Rezhim dostupu: http://www.ifoam.org/about_ifoam/principles/index.html.