

## Ключові фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємств сільського зеленого туризму

**Предметом дослідження** є визначення ключових факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємств сільського зеленого туризму.

**Мета дослідження** – визначити фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища шляхом виявлення сильних та слабких сторін діяльності підприємств сільського зеленого туризму.

**Методи дослідження.** У роботі використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

**Результати роботи.** У статті окреслено основні напрямки розвитку туризму в сільській місцевості України. Визначені фактори зовнішнього та внутрішнього середовища сільського зеленого туризму за напрямком впливу.

**Висновки.** Результатами проведеного дослідження стали наступні висновки: виявлення проблем сільського туризму; визначення сильних та слабких сторін діяльності підприємств сільського зеленого туризму, зменшення ризиків і збільшення можливостей сільських територій у сфері туризму.

**Ключові слова:** підприємства сільського зеленого туризму, туристичний продукт, ринок товарів та послуг, маркетинг, інформаційний простір, інвестиції, соціально-економічний простір, персонал.

## Ключевые факторы влияния внешней и внутренней среды на деятельность предприятий сельского зеленого туризма

**Предметом исследования** является определение ключевых факторов влияния внешней и внутренней среды на деятельность предприятий сельского зеленого туризма.

**Цель исследования** – определить факторы влияния внешней и внутренней среды путем выявления сильных и слабых сторон деятельности предприятий сельского зеленого туризма.

**Методы исследования.** В работе использованы диалектический метод научного познания, метод анализа и синтеза, сравнительный метод, метод обобщения данных.

**Результаты работы.** В статье обозначены основные направления развития туризма в сельской местности Украины. Определены факторы внешней и внутренней среды сельского зеленого туризма по направлению воздействия.

**Выводы.** Результатами проведенного исследования стали следующие выводы: выявление проблем сельского туризма; определение сильных и слабых сторон деятельности предприятий сельского зеленого туризма, снижение рисков и рост возможностей сельских территорий в сфере туризма.

**Ключевые слова:** предприятия сельского зеленого туризма, туристический продукт, рынок товаров и услуг, маркетинг, информационное пространство, инвестиции, социально-экономическое пространство, персонал.

## Key factors of influencing of the external and internal environment for the activities of rural green tourism enterprises

The subject of the study is to determine the key factors of the impact of external and internal environment on the activities of rural green tourism enterprises.

**The purpose of the study** is to identify the factors of the impact of the external and internal environment by identifying the strengths and weaknesses of the activities of rural green tourism enterprises.

**Research methods.** In this work the dialectical method of scientific knowledge, the method of analysis and synthesis, the comparative method, the method of data generalization are used.

**Results of work.** The article outlines the main directions of tourism development in the countryside of Ukraine. The factors of the external and internal environment of rural green tourism are determined according to the direction of influence.

**Conclusions.** The results of the study conducted to the following conclusions: identification of rural tourism problems; identifying the strengths and weaknesses of the activities of rural green tourism enterprises, reducing the risks and increasing the opportunities of rural areas in the field of tourism.

**Keywords:** enterprises of rural green tourism, tourist product, market of goods and services, marketing, information space, investments, socio-economic space, personnel.

**Постановка проблеми.** Сільський туризм в Україні розвивається досить швидкими темпами. Доходи від агротуризму є частиною внутрішніх джерел інвестицій для розвитку сільськогосподарського виробництва і підтримки життєвого рівня в сільській місцевості, додатковим джерелом до основного виду діяльності, який перетворюється для багатьох сільських жителів не на побічний, а на основний. Доцільність формування механізму стійкого конкурентного розвитку підприємств сільського зеленого туризму особливо в сільських регіонах, обумовлена вагомою роллю сільського зеленого туризму, як системоутворювального фактору стабільності цього регіону. Водночас науково-методичні питання формування та підтримки конкурентної стійкості підприємств сільського зеленого туризму розроблені недостатньо.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Загальні питання, що пов'язані з функціонуванням індустрії туризму, у тому числі сільського, досліджувалися науковцями: О. Ареф'євою, Р. Браймером, Д. Ісмаєвим, Р. Ланкартом, М. Лайко, М. Маліком, Дж. Уокером та ін. Однак, незважаючи на досить велику кількість наукових праць з цієї проблеми, теоретичні питання формування, розвитку та реалізації конкурентостійкості підприємств сільського зеленого туризму є недостатньо науково дослідженими.

**Мета статті** – визначення факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища шляхом виявлення сильних та слабких сторін діяльності підприємств сільського зеленого туризму.

**Виклад основного матеріалу.** Зростаючий попит як мешканців українських міст, так і іноземців на відпочинок у сільській місцевості пояснюється наявністю унікальних природно-історич-

них ресурсів українського села, відносно вільним сільським житловим фондом для прийому туристів, вільними трудовими ресурсами для їх обслуговування, традиційною гостинністю господарів.

Основні напрями розвитку туризму в сільській місцевості:

– лікувальний туризм та спортивно-оздоровчий туризм – основною причиною виїзду туристів у сільську місцевість є бажання відновити здоров'я за рахунок екологічно чистого і правильного харчування, чистого повітря, відпочинку від стресового стану, притаманного великим містам;

– активні види туризму. Серед основних видів активного туризму були зазначені: кінний туризм, пішохідний туризм та вело туризм;

– етнографічний туризм. Етнографічне різноманіття Криму є фактором, що приваблює туристів у сільську місцевість – пропозиція щодо етнографічних маршрутів з відвідуванням етнографічних центрів і музеїв, а також з участю в національних святах;

– фестивальний туризм – проведення національних свят у селах дозволить залучати туристів, охочих подивитися етнографічний і національний колорит.

Сільський туризм України зорієнтований на сімейний відпочинок, а також на оздоровчий і лікувальний відпочинок, на надання національного колориту та екскурсійної програми туристам літнього віку з зарубіжних країн; на активний спортивний відпочинок для молоді [2].

Визначення найбільш суттєвих чинників розвитку сільського зеленого туризму України.

Середовище зеленого сільського туризму включає:

• зовнішнє середовище зеленого туризму: ринок товарів і послуг, інформаційний простір, ін-

ституційний та юридичний простір, фінансовий ринок, соціально-екологічний простір;

- внутрішнє середовище зеленого сільського туризму: асортимент товарів та послуг, фінансові ресурси, персонал, бізнес-ресурси.

Сильні сторони:

- гарна природа. Найчастіше це є одним з основних факторів, які приваблюють туристів цю місцевість – туристи їдуть заради природних пам'яток;

- екологія. Екологічно чиста місцевість також обов'язково зазначається в рекламних матеріалах для залучення туристів з великих міст;

- місце розташування. З будь-якої точки можна протягом декількох годин потрапити до різних природних, історичних та інших об'єктів відвідування;

- гнучка цінова політика. В Україні вже існує велика кількість об'єктів, що пропонують послуги на різний рівень достатку, – є наметові містечка, кемпінги, хостели, садиби та сільські будинки, міні-готелі і приватні котеджі;

- різна вікова група. Різна спеціалізація об'єктів сільського туризму дозволяє приймати туристів різних вікових груп;

- історія та культура. Цікаві екскурсії та розповіді господарів об'єктів та екскурсіводів також цікаві туристам;

- історичні пам'ятки. Можливість здійснювати цікаві прогулянки / екскурсії і є додатковою атракцією для туристів;

- розгалужена інфраструктура на селі. Сільський туризм активно розвивається вже існує велика кількість різноманітних об'єктів у сільській місцевості;

- різноманіття послуг. Різні об'єкти пропонують різні послуги для туристів, при кооперації є можливість пропонувати туристу цікавий комплексний туристичний продукт.

Слабкі сторони:

- упереджене ставлення органів місцевого самоврядування. Наявність об'єктів сільського туризму практично не позначається на місцевому бюджеті, тому органи місцевого самоврядування не зацікавлені в появі об'єктів на їх території;

- складні відносини з контролюючими органами. Відсутність будь-яких пільг і, за суттю, додаткові складнощі для легальної роботи в сільській місцевості (наприклад, складнощі з отриманням дозвільних документів) змушує об'єкти сільського туризму працювати напівлегально;

- відсутність законодавства щодо сільського туризму, чітко прописаного статусу об'єкта сільського туризму, відсутність пільг і допомоги з боку держави;

- відсутність ефективно працюючих програм держави з розвитку сільського туризму та систематичної й ефективної роботи з підтримки розвитку сільського туризму з боку регіональної і місцевої влади;
- складнощі з одержанням кредитів під бізнес на селі і відсотковими ставками та погашенням кредитів, відсутня фінансова і технічна допомога від держави;

- менталітет і культура населення. Низький культурний рівень жителів сіл є суттєвою перешкодою для роботи у сфері послуг гостинності;

- інертність місцевих жителів. Незважаючи на те, що багато жителів сільської місцевості готові займатися бізнесом, ця готовність може не бути реалізована. Одним з істотних факторів є фактор ризику невдачі через відсутність знань;

- відсутність єдиного інформаційного простору щодо сільському туризму та необхідної інформації для бажаючих займатися сільським туризмом.

Можливості:

- за рахунок сільського туризму можливе поповнення бюджету. Розвинена туристична галузь здатна приносити додаткові кошти як до республіканського, так і до місцевих бюджетів;

- взаємодія і толерантність. Взаємодія представників різних національностей у сфері туризму обумовлює рівні відносини між ними;

- поліпшення добробуту населення сіл;
- залучення інвестицій. Розвиток галузі може привернути інвесторів в сільську місцевість;

- конкурентоспроможність. Сільський туризм України здатний при належному розвитку бути конкурентоспроможним і надавати послуги на високому європейському рівні;

- відродження народних промислів. Сувенірна продукція і заняття народними промислами і ремеслами можуть також бути додатковими атракціями для туристів. А майстри народних промислів знайдуть ринок збуту для своїх виробів;

- розвиток інфраструктури села;
- створення нових атракцій.

Загрози:

- суперечність існуючих законодавчих актів ведуть до складнощів у легалізації об'єктів сільського туризму;

- корупція органів влади. Розуміючи статус об'єктів сільського туризму на сучасному етапі,

представники влади можуть користуватися напівлегальним становищем об'єктів;

– нестабільна політична ситуація в країні. Утруднене залучення іноземних інвестицій;

– відсутність інтересу з підтримки сільського туризму у держави;

– природні фактори (селеві потоки, повені – практично не працює програма захисту сільського населення від подібних факторів).

### Висновки

З метою виявлення та систематизації проблем сільського туризму, пошуку оптимальних напрямів розвитку визначені сильні та слабкі сторони діяльності підприємств сільського зеленого туризму, зменшення впливу ризиків і збільшення можливостей сільських територій у сфері туризму.

В Україні сільський туризм активно розвивається, але гострою проблемою постала правова невизначеність у статусі об'єктів. Складності з легалізацією пов'язані з відносинами з представниками органів місцевого самоврядування, регіональної влади, контролюючих органів. Однією з основних проблем є низький рівень реклами сільського туризму на українському та міжнародному рівні, необізнаність туристів про можливості сільського відпочинку, неконкурентоспроможність об'єктів сільського туризму. Також відзначена готовність господарів розширювати номенклатуру туристичних послуг, створювати нові об'єкти відвідування, розробляти нові туристичні маршрути, що цікаві для клієнтів. Підвищення обізнаності сільських жителів у питаннях сільського туризму допоможе подолати інертність і збільшити кількість людей, залучених до сільського туризму. Є необхідність у створенні єдиного інформаційного порталу, який містив би дані про об'єкти сільського туризму, а також економічну, правову та іншу інформацію.

### Список використаних джерел

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание / Игорь Ансофф. – СПб: Изд. дом «Питер», 2009. – 344 с.

2. Васильев В. П. Зелене серце Європи / В. П. Васильев // Туризм сільський зелений. – 1997. – № 3. – С. 2–3.

3. Важинський Ф. А. Диверсифікація та кооперація розвитку сільських територій регіону / Ф. А. Важинський, А. В. Колодійчук, О. С. Молнар // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – 2011. – Вип. 33, ч. 3. – С. 125–129.

4. Важинський Ф. А. Маркетингові дослідження в системі управління конкурентоспроможністю підприємств / Ф. А. Важинський, А. В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.–техн. праць. – Львів: РВВ НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.1. – С. 125–130.

5. Важинський Ф. А. Механізм регулювання інвестиційної діяльності в регіоні / Ф. А. Важинський, А. В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.–техн. праць. – 2010. – Вип. 20.7. – С. 138–143.

6. Воронкова Л. П. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь–справочник / Л. П. Воронкова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 428 с.

7. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. Порядок проведения экспертных опросов и содержание их отдельных этапов / Е. П. Голубков. – Режим доступа: [http://business.polbu.ru/golubkov\\_marketing/ch32\\_xi.html](http://business.polbu.ru/golubkov_marketing/ch32_xi.html)

8. Григорьева В. В. Экологически безопасные формы туризма: подходы и принципы / В. В. Григорьева // Туристические фирмы. – 2002. – №28. – С. 23–27.

9. Долішній І. М. Мотивація персоналу як об'єкт управління на підприємстві / І. М. Долішній, А. В. Колодійчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.5. – С. 211–216.

### References

1. Ansoff, I. (2009). *Strategicheskii menedzhment [Strategic management]: Classic edition*. Spb: Piter. [in Russian].

2. Vasylyev, V. P. (1997). *Zelene serce Yevropy [Green heart of Europe]*. *Turyzm sil's'kyu zelenyy – Tourism in the countryside green*, 3, 2–3. [in Ukrainian].

3. Vazhynskyy, F. A., Kolodiychuk, A. V., & Molnar, O. S. (2011). In *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Seriya: Ekonomika [Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series: Economics]*: Vol. 33 (3) (pp. 125–129). [in Ukrainian].

4. Vazhynskyy, F. A., & Kolodiychuk, A. V. (2009). *Marketingovy doslidzhennya v systemi upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstv [Marketing research in the system of competitiveness management of enterprises]*. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]*: Vol. 19.1 (pp. 125–130). [in Ukrainian].

5. Vazhynskyy, F. A., & Kolodiychuk, A. V. (2010). *Mekhanizm rehulyuvannya investytsiynoyi diyal'nosti v rehioni [Mechanism for regulation of investment activity in the region]*. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]*: Vol. 20.7 (pp. 138–143). [in Ukrainian].

6. Voronkova, L. P. (2002). Turizm, gostepriimstvo, servis [Tourism, hospitality, service]: Reference dictionary. M.: Aspect Press. [in Russian].

7. Golubkov, Ye. P. (n.d.). Marketingovyie issledovaniya: teoriya, metodologiya i praktika. Poryadok provedeniya ekspertnykh oprosov i sodержaniye ikh ot del'nykh etapov [Marketing research: Theory, methodology, and practice. The procedure for conducting expert surveys and the content of their individual stages. URL: [http://business.polbu.ru/golubkov\\_marketing/ch32\\_xi.html](http://business.polbu.ru/golubkov_marketing/ch32_xi.html)] [in Russian].

8. Grigoryeva, V. V. (2002). Ekologicheski bezopasnyye formy turizma: podkhody i printsipy [Environmentally safe forms of tourism: approaches and principles]. Turisticheskiye firmy – Travel companies, 28, 23–27. [in Russian].

9. Dolishniy, I. M., & Kolodychuk A. V. (2010). Motyvatsiya personalu yak ob'yekt upravlinnya na pidpryyemstvi [Motivation of the personnel as an object of management in the enterprise]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 20.5 (pp. 211–216). [in Ukrainian].

#### Дані про авторів

##### **Чобаль Людмила Юрївна**

к.э.н., доцент Ужгородського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету  
e-mail: lchobal@ukr.net

##### **Сімах Корнелія Юрївна,**

старший викладач Ужгородського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету  
e-mail: info@utei-knteu.org.ua

#### Данные об авторах

##### **Чобаль Людмила Юрьевна**

к.э.н., доцент Ужгородского торгового-экономического института Киевского национального торгового-экономического университета  
e-mail: lchobal@ukr.net

##### **Симех Корнелія Юрьевна**

старший преподаватель Ужгородского торгового-экономического института Киевского национального торгового-экономического университета  
e-mail: info@utei-knteu.org.ua

#### Data about authors

##### **Lyudmyla Chobal,**

Ph.D., Associate Professor of Uzhgorod Trade and Economic Institute of the Kiev National Trade and Economic University  
e-mail: lchobal@ukr.net

##### **Korneliya Simekh,**

Senior Lecturer of Uzhgorod Trade and Economic Institute of the Kyiv National Trade and Economic University  
e-mail: info@utei-knteu.org.ua

УДК 338.24.021.8

ШИРА Т.Б.

## Корпорація та корпоративна безпека

**Предметом дослідження** є теоретико-методичні, наукові та прикладні положення забезпечення корпоративної безпеки українських підприємств.

**Метою дослідження** є наукове обґрунтування теоретико-методичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо забезпечення корпоративної безпеки українських підприємств.

**Методи дослідження.** В роботі використано системний підхід, у межах якого застосовано методи: індукції та дедукції, порівняння і систематизації – при дослідженні сутнісних характеристик та еволюції базових понять дослідження; аналізу і синтезу – для характеристики сучасних тенденцій розвитку українських підприємств; теорії моделювання – для визначення функціональної структури системи корпоративної безпеки підприємства.

**Результати роботи.** У статті обґрунтовано теоретико-методичні, наукові та прикладні положення забезпечення корпоративної безпеки підприємств, які спираються як на специфіку господарської діяльності, так і умови формування безпечних умов розвитку українських підприємств.

**Галузь застосування результатів.** Вирішення проблем забезпечення безпечних умов розвитку українських підприємств; формування методичної бази підготовки здобувачів вищої освіти за галуззю знань управління та адміністрування.