

*Забуранна Л.В.*

*к.е.н., доц.,*

*доцент кафедри менеджменту імені проф. Й.С. Завадського  
Національний університет біоресурсів і природокористування*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМЦІВ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО АГРАРНОГО ТУРИЗМУ**

*У статті досліджено зміни у ставленні населення до підприємницької діяльності в аграрній сфері, ідентифіковано основні мотиви діяльності підприємця, що надає туристичні послуги в аграрній сфері.*

*Ключові слова: підприємець, аграрна сфера, сільський аграрний туризм, мотивація підприємницької діяльності.*

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Досвід економічно розвинених країн свідчить, що малий бізнес робить суттєвий внесок в економічний розвиток – виробляє близько половини ВВП, генерує більше 50% доданої вартості, забезпечує зайнятість 50–70% працездатного населення [1]. Для України проблема розвитку підприємництва та підприємницької активності особливо в аграрному секторі залишається однією з найактуальніших як в економічному, так і в соціальному вимірах. На процеси реальної підприємницької активності населення в аграрній сфері суттєво впливають, з одного боку, інституційне середовище, механізми державної регуляторної політики в економічній сфері, а з іншого – стан економічної культури, освіти, масової свідомості, що знаходить відображення в громадській думці населення. Ефективність туристичного підприємництва, як одного із новітніх та перспективних напрямків, в аграрній сфері детермінується набором факторів, при цьому «людський» представляється одним з найбільш значимих. Знання особливостей цього фактору здатне збільшити чіткість прогнозів щодо можливостей подальшого розвитку туристичного підприємництва в аграрній сфері України, а також більш точно врахувати доцільність тих або інших форм підтримки, прийнятних саме для вітчизняних представників малого бізнесу. На сьогоднішній день остаточно не вирішене питання щодо основних мотивацій керівника підприємства, що надає послуги сільського

аграрного туризму, так само як і питання про значення окремих якостей для ефективної роботи, що і обумовлює актуальність досліджуваного питання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розробленню проблем розвитку підприємництва та підприємницької активності, дослідженню мотиваційних механізмів сільськогосподарського підприємництва значну увагу приділили вітчизняні вчені-економісти О. Бугуцький, П. Гайдучський, В. Дієсперов, М. Малік, В. Месель-Веселяк, О. Онищенко, М. Полішук, В. Ситник, М. Нижній, Л. Червінська, В. Юрчишин та ін.

**Виділення недосліджених частин загальної проблеми.** Але, не дивлячись на вищезазначене, увага приділена переважно соціально-економічним умовам функціонування українського підприємця в аграрній сфері, проте комплексний аналіз системи мотиваційних чинників підприємницької поведінки в сфері сільського аграрного туризму залишається поза науковим інтересом.

**Постановка завдання.** Метою статі є дослідження зміни у ставленні населення до підприємницької діяльності в аграрній сфері, ідентифікації основних мотивів діяльності підприємця, що надає туристичні послуги в аграрній сфері.

**Викладення основного матеріалу.** У першому півріччі 2012 р. нами проводилося соціологічне опитування власників і менеджерів ряду малих підприємств, що надають послуги сільського аграрного туризму в Західному регіоні (Івано-Франківська, Львівська, Закарпатська та Чернівецька області). Опитуванням були охоплені 200 респондентів: одноосібних власників, менеджерів малого бізнесу, індивідуальних підприємців без утворення юридичної особи. Для зручності позначимо дану категорію респондентів як «підприємці».

Дана вибірка була сформована випадковим чином, однак вона деякою мірою відображає загальну структуру малого підприємництва в сфері сільського аграрного туризму. При побудові вибірки використовувалася регіональна інформаційна база даних про підприємства й організації вищезазначених облдержадміністрацій, рекламна інформація, що представлена у каталогах, ресурсах Інтернет, дані Співки сприяння зеленого туризму в Україні та особисті контакти. Для визначення кількості респондентів, яких слід опитати при дослідженні, необхідно знати кількість підприємств у регіоні, що надають послуги сільського аграрного туризму.

При розрахунках використовується нижче наведена формула [11]:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}, \quad (1)$$

де  $n$  — обсяг вибірки;

$z$  — нормоване відхилення (визначається залежно від довірчої ймовірності отриманого результату);

$p$  — визначена варіація для вибірки (відмінність значень ознаки у різних одиниць даної сукупності);

$$q = 100 - p;$$

$e$  — допустима похибка.

Якщо відомо, що 80% сукупності надають послуги сільського агарного туризму  $p=90$ ,  $q=10$ , а довірчий інтервал прийнятий на рівні 95%, нормативне відхилення становитиме 1.96. Припустима похибка  $\pm 4\%$ . Тоді обсяг вибірки розрахований за формулою має дорівнювати:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 80 \cdot 10}{4^2} = 192 \text{ респондентів;}$$

Наголосимо, що репрезентативність отриманих під час дослідження даних залежить не від обсягу вибірки, а від обраного методу формування вибірки.

Всі розглянуті підприємства за формальними критеріями відносилися до розряду малих. Їх строк функціонування на ринку становив від 1 до 8 років. Всі підприємства збиралися продовжувати свою діяльність у наступному році. Репрезентативність вибірки підтверджується тим, що охоплення перерахованих вікових категорій підприємців дозволяє найбільше повно визначити мотиваційний портрет представника малого бізнесу, з огляду на розходження в поглядах у людей різних поколінь.

Перш ніж приступити до формування мотиваційних характеристик, необхідно більш детально розглянути склад опитаних. Зокрема, статево-вікова структура респондентів представлена в табл. 1.

Таблиця 1

### Зведені дані про опитаних підприємців у сфері сільського агарного туризму

Показники	Всього		В тому числі			
			чоловіків		жінок	
	Кіль-ть, осіб	%	Кіль-ть, осіб	%	Кіль-ть, осіб	%
<b>Опитано всього</b>	200	100	133	66,5	67	33,
в т.ч., за віком, років						
18-24	41	20,5	28	68,3	13	31,7

25-35	71	35,5	45	63,4	26	36,6
36-49	52	26	31	59,6	21	40,4
50 і більше	36	18	29	80,6	7	19,4

Як видно з таблиці 1, серед опитаних переважають чоловіки - 66,5%, що свідчить на користь більшої схильності чоловічого населення до прийняття на себе майнових ризиків. При цьому, найменша частка жінок у числі опитаних доводиться на категорію старше 50 років 19,4 % (7 з 36 осіб). Це багато в чому пояснює сформовані розподіли й подальшу динаміку відповідей респондентів.

Слід зазначити, що 35,5 % опитаних - найбільша їх група перебуває у віці 25-35 років і характеризуються з однієї сторони наявністю певного досвіду роботи в сучасних умовах, а з іншої сторони найменшим опором змінам, здатністю навчатися й навчати інших, гнучко пристосовуватися до змін у навколишній дійсності. При цьому, мінімальною є категорія підприємців у віці понад 50 років - 18 % (36 осіб).

Так, для більшості опитаних - 92,5 % (185 осіб) - підприємницька діяльність являє собою в першу чергу джерело доходу. На другому місці більшість (84,5%) позиціонує підприємництво (здійснюваний вид підприємницької діяльності) як спосіб самореалізації.

У таблиці 2. представлений рейтинг мотивів до здійснення підприємницької діяльності, складений за результатами проведеного опитування. Звертає на себе увагу той факт, що домінуючі мотиви підприємницької діяльності обумовлені прагненням задовольнити потреби вищого рівня, якщо описувати їх у термінах «піраміди» потреб А. Маслоу [6].

Серед цих мотивів перше місце посідає матеріальна винагорода, адже задоволення споживацьких потреб працівників малих підприємств базується на цінностях високого заробітку. Стимулюючий рівень заробітної плати власників та менеджерів підприємств сфери сільського агарного туризму повинен бути вищим, ніж у основних, тим більше, у допоміжних працівників.

Таблиця 2

**Рейтинг мотивів до здійснення туристичної підприємницької діяльності в агарній сфері**

Рейтинг	Мотив	% відповідей
1	Забезпечення достатнього й стабільного доходу	92,5
2	Спосіб самореалізації	84,5
3	Самоствердження та почуття свободи і незалежності	66,0

4	Спосіб досягнення цілей більш високого рівня	43,5
5	Забезпечення дозвілля (підприємництво як хобі, захоплення)	31,0
6	Спосіб спілкування	19,5
7	Інше	1

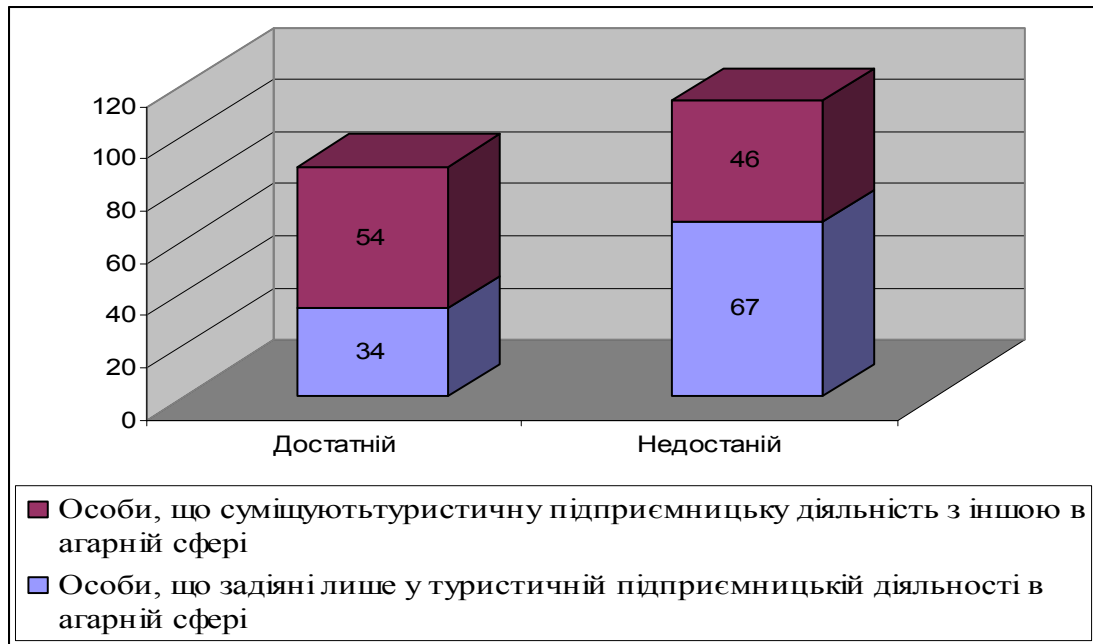
На другому місці серед мотивів можна виділити самореалізацію, тобто реалізацію творчих інтересів. Підприємець працює, бо він не вміє жити інакше, тільки в праці одержує насолоду. Цей процес не є випадковим, адже значна частина працівників АПК України із різних причин не завжди мають можливість влаштуватися на таку роботу, де б вони могли в повній мірі реалізувати свій творчий потенціал. Тому, в цьому випадку саме створення малих підприємств в різних сферах АПК (в т.ч., в туристичній) допомагає цій частині працівників його реалізувати. Це один із визначальних мотивів підприємницької діяльності.

Наступним серед мотивів підприємницької діяльності ми виділяємо самоствердження та почуття свободи і незалежності. Ці мотиви є сферою соціально-психологічних мотивів і пояснюються поняття соціального статусу. Соціальний статус може проявлятися в додаткових правах, обов'язках, привілеях і свободах, зонах впливу. Власники та управлінці підприємств малого бізнесу не задовольняються своїми думками про себе. Поведінка таких керівників спрямована не тільки на збереження свого соціального статусу, але і його піднесення.

Українські селяни живуть компактними поселеннями і для сільських підприємців, керівників малих підприємств село є не тільки місцем ведення бізнесу, місця роботи, але й місцем проживання. Тому, думка про них серед односельців відіграє чи не найважливішу роль в кар'єрі.

Науковий інтерес представляє ситуація з відповіддю на питання «Чи вважаєте Ви свої знання й професійну підготовку достатніми для того, щоб диверсифікувати діяльність Вашого підприємства?». Відносно даного питання лише 54,5% опитаних підприємців (109 осіб) вважають себе готовими до того, щоб розширити профіль діяльності без спеціальної підготовки й перепідготовки (рис. 1).

Таким чином, ми доходимо висновку, що усвідомлення підприємцями недоліку в знаннях і навичках підкреслює їх прагнення до самовдосконалення, у тому числі за допомогою освіти.



**Рис. 1. Розподіл відповідей підприємців в сфері сільського аграрного туризму на питання « Чи вважаєте Ви свої знання й професійну підготовку достатніми для здійснення підприємницької діяльності в даній сфері?»**

Слід зазначити той факт, що найбільш підготовленими до диверсифікації діяльності за рахунок введення додаткових напрямків розвитку сільського аграрного туризму вважають себе представники молодшої (61,8 % -21 осіб) і старшої (70 % - 14 осіб) вікових груп респондентів. Зазначені співвідношення свідчать про те, що більше молоді люди мають сучасну освіту, мають гнучкість і здатність перебудовуватися у відповідність із новими умовами й вимогами, а також мають прагнення до кар'єрного росту, що є істотним мотивом до самоосвіти. Старша вікова група має достатній досвід і зв'язки, що дозволяють легко перебудовуватися в додаткові та нові ніші.

В оцінках, виставлених відносно факторів, що стримують розвиток підприємництва в аграрній сфері, опитаними був виділений високий податковий тягар, низька доступність кредитів і інших форм зовнішнього фінансування, недостатня розвиненість інформаційних каналів та зв'язків, висока конкуренція на внутрішньому й зовнішньому ринках і ряд інших (див. табл. 3).

Таблиця 3

**Рейтинг факторів, що обмежують розвиток малого підприємництва в сільському агарному туризмі**

<b>Рейтинг</b>	<b>Фактор</b>	<b>% відповідей</b>
1	Високий податковий тягар	74
2	Низька доступність кредитів і інших форм зовнішнього фінансування	49
3	Низька можливість представлення інформації про діяльність для широкого кола споживачів	35
4	Низький попит на внутрішньому ринку	34
5	Висока конкуренція	29
6	Низька платоспроможність споживачів	16
7	Інші	15

Відповідаючи на запитання про те, які першочергові міри сьогодні потрібні для стимулювання розвитку підприємництва в сфері сільського агарного туризму, більшість опитаних відзначило полегшення податкового клімату для малого бізнесу й зміцнення законодавчої бази в даній сфері (табл. 4).

Таблиця 4

**Розподіл відповідей підприємців на питання про першочергові заходи щодо стимулювання розвитку малого підприємництва в сфері сільського агарного туризму**

<b>Варіант відповіді</b>	<b>% що відповіли</b>
Полегшення податкового клімату для малих підприємств	60%
Розвиток механізмів фінансової підтримки	57%
Спрощення процедури реєстрації	56%
Інформаційна підтримка (в т.ч., представлення інформації для споживачів, відкриття консультаційних центрів і т.ін.)	42%
Розвиток інфраструктури регіону	36%
Спрощення оформлення для МБ прав власності й орендних відносин	35%
Сприяння покращенню матеріально-технічної бази малого підприємництва в сфері сільського агарного туризму	30%
Стимулювання участі МБ в інноваційній сфері	28%
Активізація процесів реформування підприємств	24%
Створення спеціальних економічних зон	22%
Стимулювання програм підготовки фахівців	20%
Створення системи страхування маркетингових ризиків	19%
Створення механізмів взаємного кредитування	16%
Інші заходи	9%

Можна констатувати, що відсутність адекватної й своєчасної інформації в 24 % випадків утримує підприємців від виробничої взаємодії з органами влади. Наявність проблем в інформаційній складовій підтверджується свідченнями респондентів про те, що корисність інформаційних джерел, покликаних надати підтримку малому бізнесу в сфері сільського аграрного туризму, є низкою.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Таким чином, цілісне уявлення про мотивацію підприємницької поведінки у розвиненій ринковій системі аграрної сфери дає комплексний аналіз чинників внутрішнього та зовнішнього середовища ведення бізнес-діяльності у сфері сільського аграрного туризму та відповідь на питання стосовно основних шляхів підтримки та стимулювання даної підприємницької діяльності з метою покращення соціально-економічного розвитку сільських територій. Перспективою подальших досліджень можуть слугувати визначення особистих якостей підприємця, що працює у сфері сільського аграрного туризму з метою ідентифікації його соціально-психологічного портрету.

#### **Список використаних джерел:**

1. Адаптационные стратегии населения [Текст] / Под ред. д.э.н. Е.М.Авраамовой. – Санкт-Петербург, 2004. – 196 с.
2. Занфірова, Т. А. Еволюція наукових поглядів на регулювання трудової діяльності й мотивацію [Текст] / Т.А. Занфірова // Проблеми зайнятості та ринку праці. – 2007. – № 6. – С. 82 – 84.
3. Кредісов, В. А. Підприємництво в Україні: суть, типи та умови формування [Текст] : сборник научных трудов / В.А.Кредісов. - К. : Знання України, 2003. – 67 с.
4. Малік, М. Й. Проблеми мотивації виробничої діяльності в аграрній сфері АПК (методологія і організація) [Текст] : автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.07.02 / Малік Микола Йосипович ; УААН, Інститут аграрної економіки. - К., 1996. - 34 с.
5. Малік, М. Й. Розвиток сільського господарства в регіоні Карпат [Текст] : монографія / М. Й. Малік, С. І. Белей. - К. : ННЦ ІАЕ, 2008. - 248 с.
6. Маслоу, Абрахам Мотивация и личность [Текст] : пер.с англ. / А. Маслоу. - 3-е изд. - СПб. : Питер, 2003. - 351 с.
7. Основи аграрного підприємництва [Текст] / М. Й. Малік [та ін.] ; ред. М. Й. Малік. - К. : Інститут аграрної економіки, 2000. - 581 с.



8. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу [Текст] / І. М. Брюховецький [та ін.] ; ред. І. М. Брюховецький. - Суми : Обласна друкарня ; Суми : Вид-во "Козацький вал", 2001. - 474 с.
9. Підприємництво в аграрній сфері економіки [Текст] / П. Т. Саблук [та ін.] ; ред. П. Т. Саблук, М. Й. Малік. - К. : [б.в.], 1998. - 514 с.
10. Сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи [Текст] : практ. посіб. / Р. Блок [та ін.] ; упоряд. М. Малік, Р. Блок. - К. : Урожай, 2001. - 288 с.
11. Сорока, К. О. Місце та роль маркетингових досліджень на підприємствах малого бізнесу [Текст] / К. О. Сорока, А. А. Макаренко, Я. С. Стовба // Економіка.Фінанси.Право.: Інформаційно-аналітичний журнал. - 2007. - №6. - С. 7

### **ЗАБУРАННАЯ Л.В. ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО АГРАРНОГО ТУРИЗМА**

*В статье исследованы изменения в отношении населения к предпринимательской деятельности в аграрной сфере, идентифицированы основные мотивы деятельности предпринимателя, который предоставляет туристические услуги в аграрной сфере.*

**Ключевые слова:** предприниматель, аграрная сфера, сельский аграрный туризм, мотивация предпринимательской деятельности.

### **ZABURANA L.V. RESEARCH OF MOTIVATION OF BUSINESSMEN IS IN THE FIELD OF RURAL AGRARIAN TOURISM**

*The article deals with the changes in attitudes towards entrepreneurship in agriculture, identified the main motivations of the entrepreneur, which provides travel services in rural tourism.*

**Keywords:** entrepreneur, agricultural sector, rural agrarian tourism, motivation business.