

О БИЗНЕС-МОДЕЛЯХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ СЕЛЬСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Эффективность модернизации сельских экономик зависит от способности ее субъектов успешно сотрудничать в построении эффективных цепочек создания стоимости, которые будут предоставлять конкурентоспособные продукты и услуги, высококачественные и инклюзивные рабочие места и обеспечивать устойчивость к геоэкономическим и климатическим изменениям. Актуальным является превращение конкретных территориальных активов в экономические, экологические и социальные выгоды, в том числе за счет развития несельскохозяйственных видов деятельности. В этой связи необходимо определить бизнес-модели, которые в наибольшей степени будут способствовать сельским территориям в реализации этих возможностей.

Современные бизнес-модели для целей ревитализации сельской экономики должны отвечать следующим требованиям:

- содействовать увеличению добавленной стоимости в традиционных отраслях сельской экономики (сельское и лесное хозяйство, рыболовство) либо обеспечивать создание новой стоимости за счет развития новых направлений деятельности (сельский туризм, сельскохозяйственное консультирование);
- обеспечивать создание новых рабочих мест, привлекательных для населения, с целью их закрепления в сельской местности;
- выступать социально и экологически ответственным бизнесом;
- способствовать более устойчивой мобилизации ресурсов, валоризации местных активов;
- развивать механизмы сотрудничества между субъектами сельской экономики (например, через кластерные проекты);
- ориентироваться на внедрение инноваций, использование цифровых технологий либо сохранять традиционные подходы к деятельности, являющиеся залогом устойчивости бизнеса при формировании экономики впечатлений.

Отечественная и зарубежная практика применения бизнес-моделей в сельском туризме свидетельствует о существенном влиянии ряда факторов, обуславливающих специфику их формирования и распространения:

- привлекательность территории для развития сельского туризма, в том числе наличие и специфика местных территориальных ресурсов, обладающих аттрактивностью;
- географическая локализация туристского продукта (в пределах отдельного субъекта сельского туризма, сельского региона, сельско-городских регионов и т.п.);
- применяемая стратегия развития бизнеса (концентрации, диверсификации, интеграции, сетевого взаимодействия и т.п.);
- тенденции социально-экономического развития сельских территорий;
- уровень конкуренции на рынке услуг сельского туризма;
- характер и уровень взаимодействия субъектов сельского туризма между собой и с субъектами иных видов деятельности, связанных с оказанием туристских и иных сопутствующих услуг.

Наиболее перспективным в условиях Беларуси видится использование сетевой бизнес-модели, предполагающей создание кластеров сельского туризма как сетевых экосистем, реализацию сетевых взаимоотношений субъектов сельского туризма с другими субъектами. Кооперирование субъектов может осуществляться на различных уровнях (территориальном, отраслевом и т.п.) с целью реализации потенциала стратегической взаимодополняемости субъектов сельского туризма и иных местных акторов.