

## Дослідження з проблем управління туристичною підприємницькою діяльністю в аграрній сфері

На сучасному етапі формування соціально орієнтованої економіки європейського типу в Україні особливої актуальності набуває питання соціально-економічного розвитку сільських поселень, тому вкрай необхідна розробка та запровадження першочергових заходів щодо поліпшення соціально-економічних процесів розвитку села. Одним із важливих напрямів управління й підтримки економічного стану регіонів нашої країни, а особливо її сільських територій, може стати прискорений розвиток туризму в аграрній сфері, що позитивно впливатиме на стабілізацію соціально-економічного розвитку сіл, забезпечення зайнятості сільського населення, скорочення міграції його із сільських регіонів до міст. Організація відпочинку та туризму на базі сільських поселень надзвичайно позитивно впливає на економіку й екологію багатьох адміністративних районів України. Саме тому даний напрям дослідження знаходиться у полі зору багатьох науковців. Нині забезпечення ефективного управління туристичною підприємницькою діяльністю в аграрній сфері в Україні все ще перебуває на етапі становлення, адаптації до соціально-економічних трансформацій та національної свідомості. Природно, що за таких умов важливо правильно визначити особливості функціонування підприємницької діяльності у сфері сільського аграрного туризму й запропонувати ефективні механізми управління цим процесом. Значною мірою відповіді на ці та інші питання дає монографія Л.В. Забуранної «Туристична підприємницька діяльність в аграрній сфері: теорія, організація», що нещодавно вийшла у ННЦ «Інститут аграрної економіки»<sup>1</sup>, основні положення якої стосуються підтримки і розвитку підприємництва в аграрній сфері із залученням наявних рекреаційних ресурсів, а відповідно й формування позитивного впливу на соціально-економічний розвиток сільських територій.

У першому розділі книги висвітлені питання теоретико-методологічних засад управління підприємництвом у туризмі. Критично проаналізовані теоретичні підходи до еволюції парадигми

управління у підприємстві, визначенні сільського аграрного туризму як виду підприємництва, розробці методологічних засад дослідження проблеми управління розвитком підприємств туристичної галузі на сучасному етапі розвитку української економіки. Позитивної оцінки заслуговує дослідження можливостей адаптації зарубіжного досвіду розвитку сільського аграрного туризму для розв'язання існуючих проблем в українських реаліях.

Другий розділ присвячено методологічним засадам дослідження проблем розвитку туристичної галузі в Україні. Автор пропонує власний підхід до методології дослідження внутрішнього ринку туристичних послуг із метою визначення перспектив розвитку сільського аграрного туризму в Україні, який ґрунтується на поєднанні методів галузевого та територіального аналізу для визначення національної туристичної політики. У книзі узагальнено існуючі й запропоновано власне бачення типологізації підприємств сільського аграрного туризму на основі їхньої підприємницької стратегії діяльності, а також розроблено методологію типологізації підприємств сфери сільського аграрного туризму відповідно до стратегії їхньої діяльності на основі кластерного аналізу, що дає підстави вважати такий підхід піонерним щодо аграрної економіки. Заслуговує на увагу розроблена автором методика оцінки економічної ефективності підприємницьких стратегій досліджуваних підприємств, що дасть змогу останнім постійно проводити раціональний моніторинг своєї господарської діяльності.

Третій розділ монографії присвячений вивченню стану та проблем сталого розвитку аграрної сфери України. Визначено, що господарства населення готові до розширення сфер своєї діяльності шляхом включення інноваційних напрямів аграрної сфери, а саме сільського аграрного туризму. На користь розвитку нових напрямів діяльності в аграрній сфері показують дані, що окремою визначальною характеристикою бідності в Україні, як і в більшості країн перехідного періоду, є місце проживання. Отже, автором доведено, що перспективи малих форм господарювання в аграрній сфері досить обнадійливі, враховуючи особливості сільсь-

<sup>1</sup> Забуранна Л.В. Туристична підприємницька діяльність в аграрній сфері: теорія, організація: монографія / Л.В. Забуранна. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2012. – 484 с.

кого господарства з урахуванням вітчизняного досвіду й досвіду інших країн, у тому числі й розвинутих. Заслугує на увагу проведене автором дослідження особливостей туристичної підприємницької діяльності в аграрній сфері Карпатського економічного району, де зосереджено більшість існуючих нині українських підприємств сфери сільського аграрного туризму для формування ефективної системи управління ними та популяризації даної діяльності в усіх регіонах країни.

У четвертому розділі запропоновано використання комплексу маркетингових комунікацій підприємств сільського аграрного туризму. Обґрунтовано, що його розробка розв'язує суттєву проблему підвищення поінформованості потенційних споживачів про сільський аграрний туризм. Автором розроблено: економіко-організаційний механізм формування комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій підприємств сільського аграрного туризму, який відкрив нові перспективи для ефективного формування й управління маркетинговими комунікаціями досліджуваних підприємств; методичні основи управління маркетинговими ризиками підприємств сфери сільського аграрного туризму; визначено основні види логістики в управлінні туристичними підприємствами, що дасть змогу підприємцям організувати свою діяльність з вищою економічною ефективністю та можливістю функціонування у довгостроковій перспективі.

У завершальному розділі монографії дано характеристику професійного рівня підприємця, що займається туристичною діяльністю в аграрній сфері. На основі поглибленого дослідження виявлено, що існує набір характеристик, властивий підприємцям, що виділяє їх із соціуму. Це формує базис для обґрунтування доцільності ряду заходів, закладених в авторську програму розвитку підприємництва у сфері сільського аграрного туризму. Проведене опитування надало емпіричні докази про значимість державної під-

тримки підприємництва та її недостатність. Заслугує на увагу визначення основних сегментів споживачів туристичних послуг сільського аграрного туризму й інструментів маркетингових комунікацій, що впливають на рішення про купівлю туристичного продукту конкретної сільської садиби, що допоможе підприємцям, які працюють у цій галузі, сформувати найбільш вдалу пропозицію свого туристичного продукту, визначити цільовий ринок і розробити максимально ефективний комплекс маркетингових комунікацій з метою поліпшення іміджу підприємства та вплинути на просування туристичного продукту в умовах висококонкурентного ринку. Заслугує на особливу увагу розроблена інноваційна методика стратегічного управління підприємствами сільського аграрного туризму на основі нечіткої логіки й проведена оцінка економічної ефективності підприємницьких стратегій окремих кластерів досліджуваних підприємств, яка довела справедливості гіпотези про необхідність диверсифікації сільської економіки і виділення гідного місця туристичній підприємницькій діяльності в аграрній сфері.

У цілому монографія Л.В. Забуранної справляє враження своєчасної та глибокої наукової праці, яка спирається на суттєві теоретичні розробки, вітчизняну законодавчу й нормативну базу з питань управління туристичною підприємницькою діяльністю, статистичні матеріали Державної служби статистики України, дані фінансової звітності досліджуваних підприємств і узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду у сфері сільського аграрного туризму. Наведені результати досліджень будуть корисні для науковців, викладачів, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів, керівників і спеціалістів аграрних підприємств та всім, хто цікавиться проблемами ефективного управління туристичною підприємницькою діяльністю в аграрній сфері України.

***О.Г. ШПИКУЛЯК, доктор економічних наук,  
учений секретар Національного наукового центру  
«Інститут аграрної економіки»***

\* \* \*