**Костриця Микола Миколайович. Підприємницькі засади розвитку сільського туризму : Дис... канд. наук: 08.00.04 – 2009**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Костриця М. М. Підприємницькі засади розвитку сільського туризму.** – Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Житомирський національний агроекологічний університет Міністерства аграрної політики України, м. Житомир, 2009.  Дисертація присвячена дослідженню теоретико-методологічних та практичних аспектів розвитку сільського туризму на засадах підприємництва. Уточнено економічну сутність сільського туризму, розширено класифікацію його форм. Обґрунтовано системний вплив сільського туризму на диверсифікований розвиток аграрного сектора. Проаналізовано передумови та перешкоди становлення сільського туризму на мікро-, мезо- та макрорівнях.  Досліджено якісні та кількісні показники розвитку сільського туризму, проведено порівняння його ефективності із сільськогосподарською діяльністю малих підприємств. На основі аналізу туристсько-рекреаційного потенціалу визначено напрями диверсифікації сільського туризму. Запропоновано методичний підхід до визначення мультиплікативного впливу туристських витрат на сільський розвиток.  Розроблено кластерну модель інституціоналізації економічних відносин у сфері сільського туризму. Запропоновано стратегічні напрями партнерства в рамках об’єднання з відповідним організаційно-економічним механізмом управління та розвитку. | |
| |  | | --- | | Дослідження теоретико-методологічних і практичних аспектів розвитку сільського туризму на підприємницьких засадах дозволило запропонувати нове вирішення визначених наукових проблем і зробити такі висновки.  1. Сільський туризм є багатофункціональним та системним явищем, яке активно поширюється у господарському житті аграрних територій України та сприяє їх економічному (через зростання доходів сільських мешканців, створення робочих місць, залучення інвестицій, міжгалузеві зв’язки тощо) та соціальному розвитку (збереження історико-культурної спадщини, підвищення самооцінки у мешканців села та ін.). Реалізації підприємницьких ініціатив у сільському туризмі є вагомим інструментом диверсифікованого сільського розвитку, але потребує при цьому формування сприятливого середовища та ефективних економічних і управлінських механізмів.  2. Як вид економічної діяльності сільський туризм включає в себе інші форми підприємництва (агротуризм, фермерський та екологічний туризм) та є сукупністю відносин з приводу туристсько-рекреаційної діяльності різного цільового спрямування у сільській місцевості під впливом факторів локалізації (сільської місцевості, або середовища), вибірковості (потенційних споживачів) та реалізації (індустрії та інфраструктури сільського туризму). З підприємницької точки зору, – це самостійна, систематична, ризикова господарська діяльність щодо надання комплексу основних та супутніх послуг з метою отримання економічного, соціального або іншого ефекту.  3. Реалізація підприємницьких ініціатив у сфері сільського туризму можлива через існування індивідуальної та асоціативної форми. Дослідженням виявлено переважання (90 %) індивідуальної незареєстрованої форми ведення сільського туристичного бізнесу некорпоративними підприємствами, що належать домогосподарствам, в той час як партнерська – має більші переваги, але потребує відповідних економічних механізмів.  4. Обґрунтовано, що системний вплив сільського туризму на диверсифікований соціально-економічний сільський розвиток здійснюється через системні ефекти (економічний, соціальний, етнокультурний, особистісний, екологічний) та системні зв’язки з іншими секторами місцевої економіки (сільським господарством, лісовим господарством, мисливством, комунальною та соціальною інфраструктурою тощо). Найбільші вигоди для сільської економіки в цілому можуть бути отримані за рахунок розбудови синергії в процесі зародження (надання тільки основних послуг), становлення (основних та окремих додаткових послуг) та розвитку (створення комплексних турпродуктів) сільського туризму.  5. Встановлено значну динаміку розвитку сільського туризму в Житомирській області та Україні в цілому (займає близько 15 % туристичного ринку). Загальною тенденцією останніх років є зростання як чисельності суб’єктів сільського туризму і показників їх діяльності, так і зростаючий попит з боку споживачів. Виступаючи одним з найдоступніших видів відпочинку (вартість одного туро-дня в середньому складає 150 грн.) та здійснюючи значний вплив на економіку аграрного сектора, сільський туризм поки що не знаходить відповідної підтримки на рівні органів влади; він розвивається самотужки на основі приватної підприємницької ініціативи та за допомогою громадських об’єднань і міжнародних організацій.  6. Продуктивність праці та величина змішаного доходу у некорпоративних підприємствах сільського туризму Житомирської області перевищує аналогічні показники малих підприємств у сільському, лісовому господарстві та мисливстві у 2–4 рази, що свідчить про привабливість туризму як напряму багатофункціонального розвитку сільської економіки. Значна частина доходів від цієї підприємницької діяльності повертається в економіку села: в агропромисловий комплекс (через продовольчі товари) надходить понад 50 %; 18 % інвестується у підсобне господарство та будівництво житла; понад 20% спрямовується на комунальні послуги, непродовольчі товари та ін.  7. Встановлено, що кожна додаткова гривня туристських витрат у сільському туризмі через мультиплікативний вплив забезпечує приріст доходів сільської економіки в 1,1 рази та сприяє диверсифікованому розвитку традиційних сфер господарювання (агропромислового комплексу, виробництва народних промислів, транспорту, комунальної та соціальної інфраструктури села тощо). Диверсифікація сільського туризму на рівні окремої громади сприяє розбудові синергії через реалізацію партнерських відносин між виробниками складових сільського турпродукту, отримання ними більших доходів.  8. На прикладі Житомирської області визначено та обґрунтовано основні ресурси, що є сприятливими для розвитку сільського туризму та його тематичних спрямувань (етноісторичного, культурно-пізнавального, екологічного, спортивного та лікувально-оздоровчого). Каркас туристсько-рекреаційного середовища регіону утворюють п’ять районів (Житомирський, Новоград-Волинський, Бердичівський, Коростенський, Овруцький), які володіють найбільшим потенціалом для розвитку сільського туризму.  9. Чинний організаційно-управлінський механізм у сфері сільського туризму не має цілісності, недостатньо сформоване правове середовище, відсутнє фінансово-економічне, інформаційне та кадрове забезпечення реалізації затверджених програм розвитку сільського туризму. Структуризація економічних відносин у сільському туризмі повинна включати державне, регіональне, інституційне регулювання, саморозвиток і саморегулювання підприємницьких структур. Тому питання розвитку аграрних територій через сільський туризм має бути віднесено до компетенції Міністерства аграрної політики України з відповідними структурами управління на місцях.  10. В умовах недостатньо сформованого підприємницького середовища сільської туристичної діяльності важливим інститутом поєднання інтересів територіальних громад, бізнесу, органів виконавчої влади, наукових установ, освітніх закладів, а також підвищення конкурентоспроможності сільського туризму в регіоні має стати кластерна модель розвитку. Запропонований організаційно-економічний механізм етноісторичного кластеру сільського туризму «Древлянська земля» дозволяє реалізовувати підприємницькі ініціативи визначених учасників. Стратегія партнерства та спільна діяльність через кластерні інституції має стати ключовим фактором реалізації туристсько-рекреаційного потенціалу аграрних регіонів, а також важливим соціально-економічним кроком підтримки українського села в цілому. | |