

с е т е в о й н а у ч н ы й ж у р н а л ISSN 2408-9346

НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

RESEARCH RESULT

Том 3 | № 3
Volume 3

ТЕХНОЛОГИИ
БИЗНЕСА
И СЕРВИСА

BUSINESS
AND SERVICE
TECHNOLOGIES

Сайт журнала:
rrbusiness.ru

сетевой научный рецензируемый журнал
online scholarly peer-reviewed journal



Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл. № ФС 77-69120 от 14 марта 2017 г.

The journal has been registered at the Federal service for supervision of communications information technology and mass media (Roskomnadzor)
Mass media registration certificate El. № FS 77-69120 of March 14, 2017



Том 3, №3. 2017

СЕТЕВОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Издается с 2014 г.

ISSN 2408-9346



Volume 3, №3. 2017

ONLINE SCHOLARLY PEER-REVIEWED JOURNAL

First published online: 2014

ISSN 2408-9346

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР: *Слинкова О.К.*, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса Белгородского государственного национального исследовательского университета

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА: *Климова Т.Б.*, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса Белгородского государственного национального исследовательского университета

ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ: *Коротких И.Ю.*, старший преподаватель кафедры технологии продуктов питания Белгородского государственного национального исследовательского университета

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ:

Аймагамбетов Е. Б., доктор экономических наук, профессор, ректор Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза, Казахстан

Афанасьев О. Е., доктор географических наук, доцент, профессор кафедры бизнес-технологий в туризме и гостеприимстве Российского государственного университета туризма и сервиса, Россия

Быркэ Адриана, кандидат технических наук, профессор, доцент кафедры технологии и организации общественного питания, Технический Университет Молдовы, Молдова

Васюкова А. Т., доктор технических наук, профессор, директор Института технологий и бизнеса, Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского, Россия

Гачеу Ливиу, кандидат технических наук, профессор, доцент факультета пищевых производств, Университет «Трансильвания», г. Брашов, Румыния

Гончарова Л. Н. заместитель председателя Совета депутатов г. Белгорода, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики Белгородского университета кооперации, экономики и права, Россия

Думачева Е. В., доктор биологических наук, доцент, заведующая кафедрой биологии Белгородского государственного национального исследовательского университета

Жеоржеску Чечилия, кандидат химических наук, доцент, доцент кафедры сельскохозяйственных наук и инженерии пищевых продуктов, Университет «Лучиан Блага», г. Сибиу, Румыния

Мячкова Н. И., кандидат технических наук, доцент, заведующая кафедрой технологии продуктов питания Белгородского государственного национального исследовательского университета

Оборин М. С., кандидат географических наук, доцент кафедры экономического анализа и статистики Пермского института (филиала) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Россия

Павлович Санья, кандидат наук, доцент, заведующая кафедрой туризмологии, факультет географии, Белградский университет, Белград, Сербия

Пивоваров П. П., доктор технических наук, профессор, академик Международной академии холода, профессор кафедры технологии питания и торговли Харьковского государственного университета питания и торговли, Украина

Писаревский И. М., доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой туризма и гостиничного хозяйства Харьковского национального университета городского хозяйства, Украина

Плохих Р. В., доктор географических наук, профессор, профессор кафедры рекреационной географии и туризма Казахского национального университета им. аль-Фараби, Казахстан

Плякин А. В., доктор экономических наук, кандидат географических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента Волжского института экономики, педагогики и права, Россия

Родионова Н. С., доктор технических наук, профессор, декан экономического факультета, заведующая кафедрой сервиса и ресторанного бизнеса Воронежского государственного университета инженерных технологий, Россия

Сорокопудов В. Н., доктор сельскохозяйственных наук, профессор кафедры технологии продуктов питания Белгородского государственного национального исследовательского университета

Яковенко Н. В. доктор географических наук, профессор, заведующая кафедрой социально-экономической географии и регионоведения Воронежского государственного университета, Россия

EDITORIAL TEAM:

EDITOR-IN-CHIEF: *Olga K. Slinkova*, Doctor of Economic, Associate Professor, Professor of the department of tourism and socio-cultural service Belgorod National Research University.

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF: *Tatyana B. Klimova*, Candidate of Economic, Associate Professor of the department of tourism and socio-cultural service Belgorod National Research University.

EXECUTIVE SECRETARY: *Irina Y. Korotkikh*, senior teacher of chairs of technology of food and services Belgorod National Research University.

EDITORIAL BOARD:

Erkara B. Aimagambetov Doctor of Economics, Professor, Karaganda Economic University of Kазpotrebsoyuz, Kazakhstan

Oleg E. Afanasiev Doctor of Sciences in Geography, Associate Professor, Professor of the Department of Business Technology in the Tourism and Hospitality, Russian State University of Tourism and Service, Russia

Adriana Birca, Candidate of Technical Sciences, Professor, Associate Professor Technology and Organization of Public Catering, Technical University of Moldova

Anna T. Vasyukova, Doctor of Technical Sciences, Professor, Director of Institute Technologies and Business, Moscow State University of Technologies and Management. K. G. Razumovsky, Russia

Liviu Gacheu, Candidate of Technical Sciences, Professor, Associate Professor of Faculty of Food Productions, Transilvania University, the City of Brasov, Romania

Larisa N. Goncharova, Doctor of Economics, Deputy Chairperson of the Council of People's Deputies, Belgorod, Professor of Chair of Economy Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Russia

Elena V. Dumacheva, Doctor of Biology, Associate Professor, Head of the department biology Belgorod National Research University, Russia

Cecilia Georgescu, Candidate of chemical Sciences, Associate Professor of the Department of Agricultural Sciences And food Products Engineering University «Lucian Blaga» of Sibiu, Romania

Nina I. Myachikova, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Head of Department of Food Technology Belgorod National Research University, Russia

Maxim S. Oborin, Associate Professor, PhD in Geography, Perm Institute (branch) REU named after G.V. Plekhanov, Russia

Sanja Pavlović, PhD, Associate Professor, Head of the Department of Tourism University of Belgrade, Faculty of Geography, Belgrade, Serbia

Pavel P. Pivovarov, Doctor of Technical Sciences, Professor, Academician of the International Academy of Refrigeration, Kharkov State University of Food Technology and Trade, Ukraine

Ilya M. Pisarevskij, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Tourism and Hotel Economy of the Kharkov National University of Municipal Economy, Ukraine

Roman V. Plokhikh, Doctor of Sciences in Geography, Professor, Professor of Department of Recreational Geography and Tourism of the Kazakh National University Named after al-Farabi al-Farabi, Kazakhstan

Alexander V. Plyakin, Doctor of Economics, PhD in Geography, Professor, Head of the Department of Management, Volzhsky Institute of Economics, Pedagogics and Law, Russia

Natalya S. Radionova, Doctor of Engineering, Professor, Dean of Economics Department, Head of the Department of the Service and Restaurant Business Voronezh State University of Engineering Technologies, Russia

Vladimir . N. Sorokopudov, Doctor of Agricultural Sciences, Professor of the Department of Food Technology Belgorod National Research University, Russia

Nataliya V. Yakovenko Doctor of Sciences in Geography, Professor, Head of Department of Department of Social and Economic Geography and Regional Studies, Voronezh State University, Russia

Учредитель: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Издатель: НИУ «БелГУ». Адрес издателя: 308015 г. Белгород, ул. Победы, 85.

Журнал выходит 4 раза в год

Founder: Federal state autonomous educational establishment of higher education «Belgorod State National Research University»

Publisher: Belgorod State National Research University

Address of publisher: 85 Pobeda St., Belgorod, 308015, Russia

Publication frequency: 4 /year

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

Богомазова И. В. Мультимедийные экскурсии как возможность в реальном времени знакомства туристов с достопримечательностями города и области	4	Bogomazova I. V. Multimedia tours as an opportunity of introducing tourists to the attractions of the city and area	4
Ердавлетов С. Р., Алиева Ж. Н., Актымбаева А. С. Перспективы развития и пространственной организации агротуризма в Алматинской области Республики Казахстан	12	Erdavletov S. R., Alieva Zh. N., Aktymbayeva A. S. Prospects of development and spatial organization for agrotourism in Almaty region of the Republic of Kazakhstan	12
Комарова М. Е. Развитие сельского туризма как фактор диверсификации региональной экономики	20	Komarova M. E. Development of rural tourism as a factor of diversification regional economy	20
Лихошерстова Г. Н., Королева И. С., Ясенок С. Н. Оценка векторных перспектив развития агротуристского сектора на основе диагностики состояния экономики Белгородской области	29	Likhosherstova G. N., Koroleva I. S., Yasenok S. N. Evaluation of vector perspectives of development of the agro-tourist sector on the basis of diagnostics of the state of the economy of Belgorod region	29
Нурулы Е., Актымбаева А. С. Прикладные аспекты развития агротуризма в Западно-Казахстанской области Республики Казахстан	41	Nuruly E., Aktymbayeva A. S. Applied aspects of agrotourism development in West Kazakhstan region of the Republic of Kazakhstan	41
Плохих Р. В. Агротуризм Карагандинской области: возможности и проблемы развития	53	Plokhikh R. V. Agrotourism of Karaganda region: opportunities and problems for development	53
Семенова Л. В., Мутавчи Е. П. Социокультурное пространство города как ресурс развития туристской дестинации	65	Semenova L. V., Mutavchi E. P. Socio-cultural space of the city as a resource of development of tourist destination	65
Слинкова О. К. Агротуризм в системе мирового туристского рынка	74	Slinkova O. K. Agrotourism in the system of the world tourism market	74
ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		PROBLEMS OF EFFICIENCY AND QUALITY IN SERVICE ACTIVITIES	
Антонова В. А. Систематизация факторов развития ресторанного бизнеса в особых экономических условиях	83	Antonova V. A. Systematization of factors of development of restaurant business in special economic conditions	83
Оборин М. С. Маркетинговые технологии исследования факторов развития санаторно-курортного комплекса регионов России	91	Oborin M. S. Marketing technologies for studying the factors of development of the sanatorium-resort complex of the regions of Russia	91

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ
DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2017-3-3-3-10

Богомазова И. В.

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ЭКСКУРСИИ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ
В РЕАЛЬНОМ ВРЕМЕНИ ЗНАКОМСТВА ТУРИСТОВ
С ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЯМИ ГОРОДА И ОБЛАСТИ

Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»),
ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия. bogomazova@bsu.edu.ru

Статья выполнена в рамках гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых – кандидатов наук. Тема «Развитие конкурентных преимуществ сферы туризма с целью повышения эффективности региональной экономики» (МК-8062.2016.6).

Аннотация. В современных условиях увеличивается роль мультимедийных технологий, позволяющих предприятиям туристской индустрии представлять информацию справочно-информационного и рекламного характера.

Широкое распространение мультимедийных средств и технологий охватывает большое количество взаимосвязанных систем, стирая границы и расстояния, оказывает влияние на сохранение и формирование благоприятных условий для осуществления диалога культур, продвижения туристских дестинаций и развития конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: туризм; мультимедийные экскурсии; достопримечательности; туристские объекты.

UDK 338.48

Bogomazova I. V.

MULTIMEDIA TOURS AS AN OPPORTUNITY OF INTRODUCING
TOURISTS TO THE ATTRACTIONS OF THE CITY AND AREA

Belgorod State National Research University
85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia. bogomazova@bsu.edu.ru

Abstract. In modern conditions, the role of multimedia technologies is increasing, allowing the tourism industry enterprises to provide reference and advertising information.

The wide distribution of multimedia tools and technologies covers a large number of interconnected systems, blurring boundaries and distances, influencing the preservation and formation of favorable conditions for the implementation of a dialogue of cultures, promotion of tourist destinations, and development of competitive advantages.

Keywords: tourism; multimedia tours; attractions; tourist facilities.

Туризм, как феномен XXI века, является одним из самых стабильно развивающихся секторов экономики. Уровень его развития во многом определяет социально-экономические условия стран и регионов, выступая в качестве значительного источника доходов. В то же время индустрия туризма ориентирована на формирование и развитие межкультурных

и образовательных связей, расширение кругозора, организацию отдыха и обеспечение процессов духовного и физического восстановления.

Развитие и проникновение во все сферы деятельности информационных технологий привело к росту их предложения на рынке в различных проявлениях. Так, в качестве ос-

нового направления выступает внедрение мультимедийных технологий, представляющих совокупность текстовой, графической информации в сочетании с речью, музыкой, графикой, анимацией, видео и т.п. Это позволяет применять новые возможности использования компьютерной техники для наглядного представления туристского продукта, разрабатывая виртуальные экскурсии и путешествия, обеспечивая приближение объекта к потенциальному потребителю [4, 6].

В качестве одного из направлений, используемых в социально-культурной сфере, выступает применение мультимедийных презентаций и экскурсий.

Мультимедийная презентация сочетает разнообразные элементы, собранные воедино, а именно: компьютерную анимацию, графику, видео, музыку и звуковой ряд [3, 7]. Для мультимедийной презентации характерно интерактивное представление информации, высокий уровень мобильности и информативности, доступность и эффект присутствия, что обуславливает ее экономическую эффективность.

Широкое применение мультимедийных технологий определяет их популярность и в области туризма. Для туристов создаются виртуальные экскурсии, что позволяет независимо от местонахождения ознакомиться с интересующими достопримечательностями. Виртуальные экскурсии и путешествия могут быть представлены в форме презентаций и панорам объектов [9].

В настоящее время посещение городов, стран, целых континентов и их достопримечательностей пользователями в реальном времени стало достаточно простым явлением благодаря мультимедийным экскурсиям.

При осуществлении виртуального тура возможно создание на экране монитора панорамного 3D-изображения, просматривая которое у зрителя есть возможность получения большого объема визуальной информации, что отличает его от обычной фотографии. Используя клавиатуру или курсор мыши, пользователь может оглядеться вокруг или обернуться, приблизить или отдалить интересующие предметы или детали изображения, развернуть картину под нужным углом [5].

Интерактивность обеспечивает эффект присутствия, что является основным преимуществом, выделяющим виртуальные сферические панорамы среди других средств визуализации.

Виртуальные экскурсии приобретают все большую популярность для продвижения городов и музеев во всем мире. Особой популярностью пользуются проекты, разработанные для музеев (Лувр (louvre.historic.ru/virttour.shtml), музеи мира (musei-online.blogspot.com)) [5].

Мультимедийные экскурсии заменяют реальное путешествие. Проекты подобного рода являются комфортными, удобными и безопасными, позволяя, не покидая привычного места жительства, познакомиться с культурой и традициями других городов и даже государств [10]. При этом развитие и доступность современных технологий решает ряд задач:

- позволяет людям с ограниченными возможностями ознакомиться с объектами показа;
- приближает туристов к цели вне зависимости от наличия или отсутствия финансовых ресурсов;
- обеспечивает экскурсантов информацией как о туристских, так и об инфраструктурных объектах, выступая в качестве рекламы и элемента продвижения;
- является средством обучения для представителей туристского бизнеса, молодежи, студентов и школьников.

Тем не менее, применение мультимедийных экскурсий ограничивает возможности создания запросов в режиме реального времени, экскурсант в полной мере зависит от разработчика и представленной им информацией, тем самым ограничивая собственные впечатления.

Усиление роли и внимания к индустрии туризма в РФ определили необходимость разработки и реализации программ, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма. Анализ состояния и перспектив развития сферы туризма в Белгородской области свидетельствует о наличии предпосылок и возможностей продвижения региона на внутреннем и международном рынках. В силу то-

го, что вклад отрасли туризма в социально-экономическое развитие региона является незначительным, особое внимание следует уделить исследованию состояния и выявлению перспективных направлений развития.

Для исследуемого региона характерно разнообразие культур (например, салтовомаяцкой, рюменской, древнерусской, русской), которое обусловлено историческим возникновением и формированием области, а также благоприятными природно-климатическими условиями региона (например, лесостепная и степная зоны, реки, относящиеся к бассейну Днепра и Дона, сосновые боры и дубравы) [1].

Для создания имиджа Белгородской области, как интересного и привлекательного туристского региона, реализуется Государственная программа Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014-2020 годы», а в ее составе подпрограмма «Развитие туризма, ремесленничества и придорожного сервиса» [8]. С целью обеспе-

чения доступности туристских объектов и формирования в регионе конкурентоспособной туристской индустрии целесообразно применение современных информационных технологий, обеспечивающих быстрое получение интересующей информации [2].

В качестве примера может быть предложена обзорная экскурсия по Белгородской области с включением следующих объектов:

- музей-заповедник «Прохоровское поле»;
- музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление»;
- Холковский подземный монастырь;
- заповедник «Белогорье»;
- «Круглое здание» в селе Головчино;
- здание Белгородской митрополии;
- памятник Равноапостольному Князю Владимиру в Белгороде;
- дворцовый комплекс Юсуповых в поселке Ракитном.

Музей-заповедник «Прохоровское поле» отражает легендарные страницы Великой Отечественной войны, сохраняя подвиги и отдавая дань глубокого уважения участникам победы (рис. 1).



Рис. 1. Музей-заповедник «Прохоровское поле»
Fig. 1. Prokhorovka Field Museum-Preserve

Государственному военно-историческому музею-заповеднику «Прохоровское поле» в соответствии с указом Президента Российской Федерации № 414 от 26 апреля 1995 года присвоен статус федерального государственного учреждения культуры.

Прохоровское поле по праву носит название «Третье ратное поле России», как Куликово и Бородинское, на котором 12 июля 1943 года произошло крупное танковое сражение, ставшее переломным и определившее

дальнейший ход Великой Отечественной войны. В этом сражении участвовали порядка 1500 единиц военной техники. В настоящее время в знак проявленного героизма воинов воздвигнуты Памятник Победы – «Звонница», храм Петра и Павла.

Музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление» является самой крупной диорамой в России и отражает страницы истории, связанные с танковым сражением под Прохоровкой (рис. 2). Художественное

полотно диорамы создано мастерами студии художников-баталистов студии им. М. Б. Грекова – народным художником Н. Я. Бу-

том, заслуженными художниками Г. К. Севостьяновым, В. Н. Щербаковым и Н. А. Сычевым.



Рис. 2. Музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление»
Fig. 2. «The Battle of Kursk. Belgorod direction» Museum-Diorama

Холст длиной 67 метров и высотой 15 метров составляет единую композицию со смотровой площадкой и рельефным макетом местности, площадью более 500 кв. м. Воспроизведенные события отражают бой 5-й

гвардейской танковой армии и боевые порядки 29 танкового корпуса.

Свято-Троицкий Холковский монастырь является единственным действующим пещерным монастырем в Белгородской области (рис. 3).

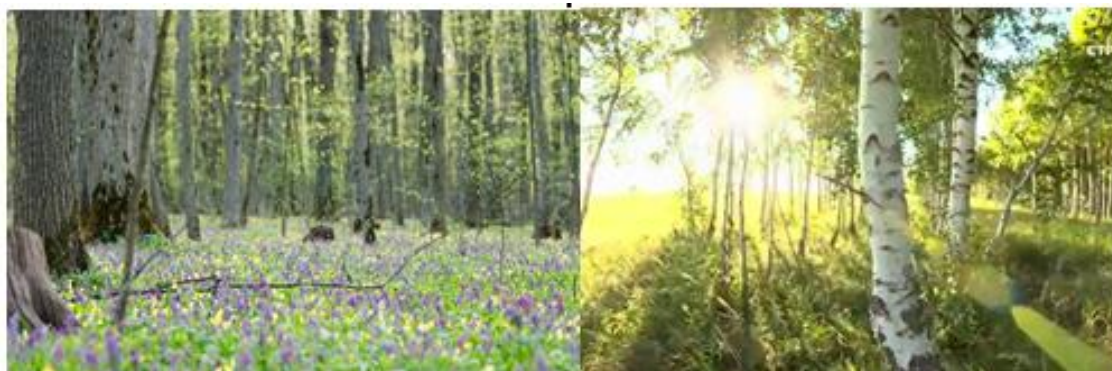


Рис. 3. Холковский подземный монастырь
Fig. 3. The Underground Monastery in Kholky

Пещеры монастыря расположены на меловых холмах. Доподлинно неизвестна история их происхождения – искусственное, созданные монахами, или естественное.

Государственный природный заповедник

«Белогорье» создан в 1999 году. Он основан на базе заповедника «Лес на Ворскле» и заповедных участков «Острасьеви яры», «Ямская степь», «Лысые горы» и «Стенки Изгорья» (рис. 4).



*Рис. 4. Заповедник «Белогорье»
Fig. 4. «Belogorye» Preserve*

«Круглое здание» в селе Головчино является уникальной достопримечательностью. Представляя собой необычное архитектурное

сооружение круглой формы, здание обладает загадочной историей (рис. 5).



*Рис. 5. «Круглое здание» в селе Головчино
Fig. 5. «The Round building» in the village of Golovchino*

Появление «Круглого здания» датируется 1812 годом, представляя собой мощный кирпичный цилиндр диаметром 30 метров. При этом оно построено по принципу русской матрешки – внутри внешнего цилиндра имеется второй, который содержит в себе еще один.

Ученым до настоящего времени неизвестно, с какой целью сооружено здание и чем определяется выбор подобной формы. О селе Головчино известно, что основано оно одним из сподвижников Петра I – графом Гаврилой Головкиным. Потом он подвергся опале, и его вотчина была отписана государству. Императрица Елизавета пожаловала бесхозное имение новому подданному России – сербу, генерал-майору Хорвату. Уже при его внуке крепостные производили тут на заводах сахар и селитру, выращивали лошадей, обрабатывали 12 тысяч десятин земли. В годы царствования Александра I

Хорваты выстроили в Головчино прекрасный дворец и парк. Народная молва утверждает, что к «круглому зданию» от графского дворца шел подземный ход, который впоследствии был разрушен.

Новое здание Белгородской митрополии расположено на месте Свято-Троицкого собора – духовного центра дореволюционного Черноземья. Во время подготовки к строительству на его месте были найдены останки сотен белгородцев, а также белгородских священнослужителей и архиереев (рис. 6).

В новом здании митрополии кроме Свято-Троицкого находятся нижний храм в честь священномученика Никодима (Кононова), галерея, в которой можно увидеть фундамент разрушенного Свято-Троицкого храма, склеп, в котором нашли мощи святителя Никодима, и административные помещения.



*Рис. 6. Здание Белгородской митрополии
Fig. 6. The building of the Belgorod Metropolia*

Памятник равноапостольному князю Владимиру является крупнейшим памятником Белгорода и крупнейшим в мире памятником князю Владимиру. Его открытие было приурочено к 2000-летию Рождества Христова и 55-летию юбилею освобождения Бел-

города от немецко-фашистских захватчиков (рис. 7).

Дворцовый комплекс Юсуповых в поселке Ракитное представляет собой усадебный комплекс (рис. 8).



*Рис. 7. Памятник равноапостольному князю Владимиру в Белгороде
Fig. 7. Monument to Equal-to-the-Apostles Prince Vladimir in Belgorod*



*Рис. 8. Дворцовый комплекс Юсуповых в поселке Ракитное
Fig. 8. The Yusupov Palace Complex in the village of Rakitnoye*

Историческую ценность составляет главный усадебный дом и 320-летний дуб-долгожитель. Находясь в хорошем состоянии и являясь памятником архитектуры конца XIX – начала XX века, дом был возведен в 1846 году. В разработке проекта усадьбы принимал участие итальянский архитектор Джакомо Флоренти, чьи шедевры украшают улицы и площади Санкт-Петербурга.

Представленные объекты, находящиеся на достаточном удалении друг от друга на территории области, обеспечат возможность расширения кругозора туристов, а в сочетании с мультимедийными технологиями позволят наглядно погрузиться в атмосферу и историю.

Реалистичность обуславливает возрастающую популярность мультимедийных экскурсий, обеспечивая достижение высокого уровня сервиса и удовлетворение растущих потребностей экскурсантов.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: author have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Богомазова, И. В. Формирование и развитие сферы туризма в регионе в современных условиях (на примере Белгородской области). Белгород : Издательский дом «Белгород», 2013. 228 с.
2. Богомазова, И. В., Стенюшкина, С. Г. Информационно-коммуникационные технологии как фактор развития регионального туристско-рекреационного комплекса // Научный результат. Сер. Технологии бизнеса и сервиса. 2015. № 2. С. 64-71. Режим доступа <http://www.belsu-research-result.ru/images/issue2/business/business2.pdf> (дата обращения: 31.08.2017).
3. Гуляев, В. Г. Новые информационные технологии в туризме / В. Г. Гуляев. М. : ПРИОР, 2003.
4. Емельянов, Б. В. Экскурсоведение. М. : Советский спорт, 2007. 216 с.
5. Кизим, А. В. Информационные технологии в туризме : учебно-методическое пособие / А. В. Кизим. Астрахань : Издательский дом «Астраханский университет», 2011. 146 с.

6. Климова, Т. Б., Вишневская, Е. В., Богомазова, И. В. Повышение туристской привлекательности территории в контексте развития мобильных приложений / Т. Б. Климова, Е. В. Вишневская, И. В. Богомазова // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1. Режим доступа URL:<http://www.science-education.ru/121-18631>. (дата обращения: 31.08.2017).

7. Морозов М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – М. : Изд-во Академия, 2004. - 240 с.

8. Об утверждении государственной программы Белгородской области «Развитие экономического потенциала и формирование благоприятного предпринимательского климата в Белгородской области на 2014 – 2020 годы» [Текст] : Постановление Правительства Белгородской области от 16 декабря 2013 г. N 522-пп // Справочная правовая система «Консультант Плюс».

9. Виртуальные экскурсии и 3D тур [Электронный ресурс] // Режим доступа : <http://www.panotours.ru/> (дата обращения: 31.08.2017).

10. Виртуальные экскурсии? Почему бы и нет? [Электронный ресурс] // Режим доступа : <https://edugalaxy.intel.ru/?automodule=blog&blogid=1718&showentry=1165> (дата обращения: 31.08.2017).

References

1. Bogomazova, I. V. (2013), «*Formation and development of tourism in the region in modern conditions (the example of Belgorod region)*». Belgorod : Publishing house «Belgorod». 228 p. Russia.
2. Bogomazova, I. V., Stenyushkina, S. G. (2015), «*Information and communication technologies as a factor of development of a regional tourist-recreational complex*» // Research Result. Ser. Technologies of business and service. № 2. P. 64-71. Access mode <http://www.belsu-research-result.ru/images/issue2/business/business2.pdf> (date of access: August 30, 2017). Russia.
3. Gulyaev, V. G. (2003), «*New information technologies in tourism*» / V. G. Gulyaev. Moscow : PRIOR. Russia.
4. Emelyanov, B. V. (2007), «*Excursion*». Moscow : Soviet sport. 216 p. Russia.
5. Kizim, A. V. (2011), «*Information technologies in tourism: educational-methodical manual*» / A. V. Kizim. Astrakhan : Publishing house «Astrakhan University». 146 p. Russia.
6. Klimova, T. B., Vishnevskaya, E. V., Bogomazova, I. V. (2015), «*The increase of the tourist at-*

tractiveness of the territory in the context of mobile applications development» / Т. В. Klimova, E.V. Vishnevskaya, I.V. Bogomazova // Modern problems of science and education. № 1. Access mode URL: <http://www.science-education.ru/121-18631>. (date of access: August 30, 2017). Russia.

7. Morozov, M. A. (2004), «*Information technologies in socio-cultural services and tourism» / M. A. Morozov, N. S. Morozova. Moscow : Publishing Academy. 240 p. Russia.*

8. *On the approval of the state program of Belgorod region «The development of economic potential and formation of a favorable business climate in Belgorod region for 2014-2020» (2013) // Decree of the Government of Belgorod region of December 16. № 522-pp // The legal reference system «Consultant Plus». Russia.*

9. *Virtual tours and 3d-tours (2017) [Electronic resource] // Access mode: [http:// www.panotours.ru/](http://www.panotours.ru/) (date of access: August 31, 2017). Russia.*

10. *Virtual tours? Why not? [Electronic resource] // Access mode: [http:// edugalaxy.intel.ru/?automodule=blog&blogid=1718&showentry=1165](http://edugalaxy.intel.ru/?automodule=blog&blogid=1718&showentry=1165). (date of access: August 31, 2017). Russia.*

Богомазова Ирина Викторовна, доцент, кандидат экономических наук, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)

Bogomazova Irina V., Associate Professor, PhD in Economics, Belgorod State National Research University

УДК 911.3:796.5(658)

DOI: 10.18413/2408-9346-2017-3-3-11-18

Ердавлетов С. Р.¹
Алиева Ж. Н.²
Актымбаева А. С.³

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И ПРОСТРАНСТВЕННОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ АГРОТУРИЗМА В АЛМАТИНСКОЙ ОБЛАСТИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

- ¹) Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби), пр. аль-Фараби, 71, ГУК-6, г. Алматы, 050040, Казахстан. *erdavletov@mail.ru*
²) Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби), пр. аль-Фараби, 71, ГУК-6, г. Алматы, 050040, Казахстан. *zhannat.aliyeva@kaznu.kz*
³) Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби), пр. аль-Фараби, 71, ГУК-6, г. Алматы, 050040, Казахстан. *aliya.aktymbayeva@kaznu.kz*

Аннотация. Происходящие в нашей стране политические и хозяйственные перемены диктуют необходимость реструктуризации сельского хозяйства, которая без сомнений должна изменить условия работы и жизни на селе. Факторами, способствующими осуществлению этой цели на сельских территориях, являются: низкая цена земли, дешевизна рабочей силы, относительно хорошее состояние окружающей среды, низкий уровень преступности, естественные (природные) предпосылки территории для реализации некоторых форм хозяйственной деятельности. Выбор функции, которая будет внедрена в отдельных районах и сельских населенных пунктах, в значительной степени зависит от решения органов местного самоуправления, от принятой ими схемы развития подведомственной территории. Одним из видов такой реструктуризации, способствующих активизации сельского населения и обеспечивающего его дополнительным доходом, может явиться агротуризм. В связи с этим авторы провели оценку возможного развития видов агротуризма в Алматинской области. В результате оценки районы Алакольский, Балхашский, Райымбекский получили высокие баллы, свидетельствующие о высоком ресурсном потенциале для развития видов агротуризма, была построена шкала, ранжированная на интервалы и составлена картограмма «Потенциал развития агротуризма Алматинской области».

Ключевые слова: сельский туризм; агротуризм; агротуристская продукция; агротуристское хозяйство; территориальная организация агротуризма.

UDC 911.3:796.5(658)

Erdavletov S. R.¹
Aliyeva Z. N.²
Aktymbayeva A. S.³

**PROSPECTS OF DEVELOPMENT AND SPATIAL
ORGANIZATION FOR AGROTOURISM IN ALMATY REGION
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN**

- ¹) Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farbi KazNU), 71 Ave. Al-Farabi, MAB 6, Almaty, 050040, Kazakhstan. *erdavletov@mail.ru*
²) Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farbi KazNU), 71 Ave. Al-Farabi, MAB 6, Almaty, 050040, Kazakhstan. *zhannat.aliyeva@kaznu.kz*
³) Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farbi KazNU), 71 Ave. Al-Farabi, MAB 6, Almaty, 050040, Kazakhstan. *aliya.aktymbayeva@kaznu.kz*

Abstract. Political and economic changes taking place in our country urge for restructuring of agriculture, which should change working and living conditions in rural areas. Factors contributing to implementation of this goal in rural areas are as follows: low price of land, cheap labor force, relatively good environmental conditions, low criminal level, natural background of the area for implementation of some form of economic activity. Selection of function that will be introduced in some districts and villages is largely dependent on the decision of local governments, and adopted scheme of development of subordinated territory. Agrotourism can be one of such restructuring types, promoting revitalization of rural population and providing it with additional income. In this regard, the authors assessed the possible development of agrotourism in Almaty region. As a result

of assessment, Alakol, Balkhash, Raiymbek districts received high scores indicating high resource potential for the development of agrotourism types, and a scale ranged to intervals and a cartogram «Potential development of agrotourism in Almaty region» have been composed.

Keywords: rural tourism; agrotourism; agrotourism products; agrotourism farm; territorial organization of agrotourism.

Введение. Агротуризм – один из видов современного туризма, который получил довольно-таки широкое распространение в мире. В Казахстане этот вид туризма относится к перспективным, и есть все потенциальные возможности для его развития. Казахстан располагает богатыми ресурсами, большим разнообразием ландшафтов, наличием уникальных памятников природы, культуры, истории, наличием высокого сельскохозяйственного потенциала и крестьянских (фермерских) хозяйств. Кроме того, в республике 46,4% от общей численности населения проживает на сельских территориях. Все это создает благоприятные условия для развития агротуризма, что, в свою очередь, будет способствовать активизации сельского населения страны.

Алматинская область является одной из самых больших в Казахстане (площадь территории – 224 000 км²). Она включает 16 районов и 3 города областного подчинения (Талдыкорган, Текели и Капшагай). Население области – почти 2 млн. человек [1]. Область обладает огромным потенциалом для развития агротуризма. Особую роль играет близость к густонаселенному мегаполису Алматы. Все возрастающая потребность жителей мегаполисов в отдыхе на лоне природы, в приобщении к сельскому образу жизни, в экологически чистых продуктах питания, полученных на основе органического земледелия, знакомстве с национальными культурами и традициями способствует активному развитию данного вида туризма. Агротуризм можно трактовать как совокупность отношений и явлений, возникающих во время путешествия и пребывания людей на функционирующем сельскохозяйственном предприятии, организованных хозяевами предприятия с использованием как собственных ресурсов, так и туристских достопримечательностей окрестности. Это форма сельского туризма, которой

занимаются люди, ищущие тишины и покоя и интересующиеся жизнью и обычаями села [2]. Алматинская область может предложить полный спектр агротуристских услуг – агрогостеприимство, агрогастрономию, собственно агротуризм, прямую продажу, агроотдых, агроспорт, агроразвлечение, агротерапию, агроэтнографию.

Цель работы – изучить основные перспективы развития и пространственной организации агротуризма в Алматинской области Республики Казахстан.

Материалы и методы исследования. Аграрный сектор Алматинской области является многопрофильным, здесь возделывается около 30 видов сельхозкультур, разводится 45 видов сельхозживотных и выпускается более 35 видов переработанных продовольственных товаров. Сельское хозяйство в области является самым крупным сектором по занятости населения (27,1% от общей занятости). По валовому выпуску продукции сельского хозяйства Алматинская область имеет самый высокий показатель в республике – 425,3 млрд. тенге. Регион лидирует в стране по производству кукурузы на зерно (удельный вес – 62%), сахарной свеклы (38%), сои (96%), овощей (27%), плодов и ягод (37%), мяса (19%), молока (13%), шерсти (22%) и яиц (23%) [3]. В статье использовались статистические, картографические методы, а также система ранжирования оценки агропотенциала Алматинской области.

Результаты исследования и их обсуждение. Многопрофильность аграрного сектора Алматинской области привлекает жителей мегаполисов, уставших от привычной городской суеты не только отдыхом в сельской местности, но и оздоровлением, активной помощью в ведении хозяйства, знакомством с местным колоритом, культурой и традициями аулов и деревень. Взять хотя бы винное производство или выращивание винограда.

Можно рассматривать в качестве объекта рыбную отрасль, охоту, коневодство, верблюдоводство или возделывание риса. И подобных направлений в области – масса.

Для туристов в Алматинской области устраивают увлекательные конные прогулки, походы за ягодами и грибами, сбор яблок, угощение кумысом, шубатом, купание в реке или озере и т.д. Они могут заниматься рыбалкой или охотой. После попариться в баньке. На таком отдыхе предлагается питание только из натуральных продуктов: овощи и зелень с грядки, кумыс, шубат, мед из пасеки и др. При этом происходит практически полное погружение в сельскую жизнь. По желанию, туристы могут принять участие в сельскохозяйственных работах, они охотно займутся сбором урожая ягод, яблок и овощей, кормлением животных. Во время отдыха люди могут освоить различные ремесла, например, научиться доить коров, верблюдов или коз, плести корзину из лозы, ездить верхом на лошади или верблюде, управлять трактором или другой сельскохозяйственной техникой. Они наблюдают за жизнью животных, пасут скот, кормят кур и гусей. Кроме того, туристы активно знакомятся с культурой ауылов, сел, их бытом и традициями, принимают участие в народных праздниках.

Каждый район имеет свои специфические особенности. Например, Балхашский район идеален для занятия рыбалкой. Азарт рыбной ловли и охоты, который заложен в человеке природой, исходит из глубины веков. Ведь, как известно, рыбалка – одно из древнейших занятий человека. Процесс ловли рыбы настолько увлекателен, что со временем у некоторых он превращается в настоящую страсть и главное хобби. Благодаря интернету в наши дни такие увлеченные рыбаки без проблем могут найти единомышленников. Кроме того, это занятие полезно для здоровья, ведь находясь в условиях дикой природы, получаешь огромное количество солнечных, водных и воздушных ванн. Это прекрасный способ разгрузиться после трудной работы. Считается привлекательным не только сам процесс рыбалки, но и адреналин от вы-

уживания рыбы. После рыбалки организм становится гораздо сильнее и выносливее.

В Балхашском, Илийском, Коксуском районах области имеются верблюжьи хозяйства, которые могут предложить широкий ассортимент традиционных казахских кисломолочных напитков и продуктов, изготовленных из верблюжьего молока, таких как кумыс, шубат, курт, иримшик, которые обладают замечательной питательной ценностью, а также лечебно-профилактическими свойствами. Туристы могут отведать не только кумыс, шубат, но и прекрасное легкоперевариваемое и, в то же время, сытное, вкусное, сочное верблюжье мясо. Издревле верблюжати́на использовалась в степи как диетический продукт. А шерсть этих уникальных животных настолько ценна, что высоко ценится в трикотажной отрасли по лечебным качествам и обладает исключительно высокой способностью долго сохранять тепло (шерсть верблюда стоит на третьем месте в мире после гагачьего пуха и шерсти северных оленей, как хорошая защита от холода). Помимо всего этого, туристы могут понаблюдать и поухаживать за этими фантастическими животными, а также их научат ездить верхом на верблюдах. Конные хозяйства развиты повсеместно, на базе которых можно устраивать конные шоу и прогулки. Организовываются туристские маршруты на страусиные фермы. Так, в Енбекшиказахском районе расположена страусиная ферма «Фауна», где разводят африканских (черных и голубых) страусов. Это первая в Центральной Азии страусиная ферма, на которой сейчас находится более 100 великолепных страусов. Она расположена в живописном и экологически чистом районе на территории 120 га, в нескольких километрах от города Есик [4].

На территории Енбекшиказахского, Карасайского, Талгарского, Панфиловского и Уйгурского районов, а также в Саркандском, Алакольском и Ескельдинском районах располагаются виноградные плантации, вызывающие достаточно большой интерес у туристов.

Туристам предлагается экскурсия с посещением виноградников, Иссыкского винза-

вода, винных погребов, а также дегустация различных сортов вин с услугами сомелье. Туристы могут получить информацию о различных сортах винограда, о процессе селекции, омолаживании старых виноградников и адаптации к местным условиям новых сортов винограда, применении новейших агротехнических технологий выращивания виноградных гроздей, а также могут поучаствовать в сборе винограда. Уникальная микрорегия Иссыкского региона позволяет выращивать редкостные сорта винограда, в т.ч. всемирно известный Рислинг «Иссык», на основе которых опытные виноделы производят прекрасные сухие, полусухие и полусладкие вина, способные успешно конкурировать с продукцией уже признанных на мировом рынке производителей вина.

Апорт – символ Жетысусского края, в области имеется 1837 га апортовых садов. За три года заложено 614 га апортовых садов (в 2012 году – на 135 га, в 2013 году – на 245 га, в 2014 году – на 234 га) [3]. Яблоневые сады расположены в Талгарском, Саркандском и Панфиловском районах. Активный вклад в возрождение жетысусских яблок вносит ТОО «Жаркент-фрукт» в Панфиловском районе.

Интерес у туристов также вызывают особенности возделывания риса, в частности, его технология. Рис выращивают в условиях постоянного затопления, при этом есть определенные способы затопления. Производство риса в Алматинской области составляет более 40 000 т. Основными производителями риса являются сельхозпредприятия, которые имеют около 90% всех посевов риса в области, а в региональном разрезе рис возделывается в Балхашском и Каратальском районах. По данным сельхозпереписи выращиваются выведенные на местах, собственные районированные сорта риса, такие как «Солнечный», «Пак Ли», «Уштобинский».

Спросом пользуются экскурсии на медовые пасеки, где туристы могут продегустировать разные сорта меда, а также приобрести понравившуюся продукцию.

Помимо специализированных сельскохозяйственных фермерских хозяйств, туристы

могут расположиться в гостевых домах, сельских гостиницах, домах отдыха, базах отдыха, санаториях, зонах отдыха и других предприятиях, служащих средствами размещения туристов.

Практика показывает, что главным условием или базой для развития агротуризма кроме природно-географических предпосылок являются достаточно высокий сельскохозяйственный потенциал и крестьянские (фермерские) хозяйства, функционирующие на территории области.

Таким образом, объектами аграрного туризма могут являться:

- гостевые дома, сельские гостиницы, дома отдыха, базы отдыха, санатории, зоны отдыха и другие предприятия, служащие средствами размещения туристов;

- сельскохозяйственные фермерские хозяйства, садовые, виноградарские, охотничьи, рыбные хозяйства и др.;

- музеи, этнографические национальные парки;

- иные объекты, обеспечивающие агрогостеприимство, агроотдых, агроразвлечение туристов.

Каждый район Алматинской области имеет достаточное количество таких объектов. Поэтому мы предприняли попытку ранжирования территории области по степени обеспеченности объектами агротуризма – количество хозяйств, средств размещения, наличие музеев, этнографических национальных парков. При анализе количества хозяйств принимали во внимание средний или малый размер земельного участка такого хозяйства, т.е. хозяйства, имеющие огромные посевные площади зерновых, технических культур, картофеля и др. не были учтены ввиду того, что они не вызывают интереса у туристов. Таким образом, учитывались только объекты, интересные с точки зрения агротуризма.

Для того, чтобы иметь наиболее полную картину о возможностях развития агротуризма в Алматинской области, была использована оценочная шкала, в частности,

шкала интервалов. Промежутки на шкале интервалов берутся произвольно, так как при этом в пределах определенной территории определяется минимальное и максимальное значение. Разность между этими вычислениями представляет интервал деления для каждой градации. Максимальный объем информации при заданном числе градаций получается при равномерной разбивке шкалы на интервалы [5].

Следует отметить, что каждому объекту был присвоен 1 балл. Совокупность баллов, выявленных при изучении объектов агротуризма и присвоенных нами каждому объекту, показывает количество баллов, по которым оценивается степень обеспеченности объектами агротуризма каждого района Алматинской области.

При этом количество баллов 32 и выше насчитывается в 3-х районах (Алакольский,

Балхашский, Райымбекский); от 22 до 31 – в 6-ти районах (Карасайский, Саркандский, Енбекшиказахский, Жамбылский, Панфиловский, Талгарский); от 11 до 21 – в 4-х районах (Илийский, Уйгурский, Ескельдинский, Каратальский); менее 10 – в 3-х районах (Аксуский, Кербулакский, Коксуский). Следовательно, районы, имеющие максимальное количество баллов, обладают весьма благоприятными условиями для развития аграрного туризма. Они относятся к высокой категории; районы, набравшие от 22 до 31 баллов, имеют в целом благоприятные условия и относятся к средней категории; районы, в пределах которых количество баллов варьирует от 11 до 21, имеют невысокую категорию; районы, насчитывающие менее 10 баллов, относятся к низкой категории.

Таблица 1

Ранжирование территории Алматинской области по степени обеспеченности объектами аграрного туризма

Table 1

Ranking of territories of Almaty region by the degree of provision with objects of agrarian tourism

Районы	Средства размещения туристов (гостевые дома, базы отдыха и пр.)	Специализированные сельскохозяйственные предприятия (фермерские хозяйства)	Музеи, этнопарки	Итого
Аксуский	1	8	0	9
Алакольский	25	21	1	47
Балхашский	2	37	1	40
Ескельдинский	2	10	0	12
Енбекшиказахский	5	19	3	27
Жамбылский	5	17	3	25
Илийский	2	14	0	16
Каратальский	2	11	0	13
Карасайский	21	8	1	30
Кербулакский	2	4	2	8
Коксуский	1	4	0	5
Панфиловский	10	14	0	24
Райымбекский	3	27	3	33
Саркандский	16	12	0	28
Талгарский	6	15	1	22
Уйгурский	4	12	0	16

По каждому району был определен потенциал по обеспеченности объектами агротуризма. Для выявления возможностей развития агротуризма и определения наиболее благоприятных районов к каждой категории

в порядке возрастания был присвоен балл: от 1 до 4.

При проведении оценочных работ была построена шкала, ранжированная на интервалы, и составлена картограмма «Потенциал

развития агротуризма Алматинской области» (табл. 2, рис.), которая показывает, что высокий потенциал (4 балла) имеют районы области: Алакольский, Балхашский, Райымбекский; средний потенциал (3 балла) имеют: Карасайский, Саркандский, Енбекшика-

захский, Жамбылский, Панфиловский, Талгарский; невысокий потенциал (2 балла) у следующих районов: Илийский, Уйгурский, Ескельдинский, Каратальский; низкий (1 балл) – имеют районы: Аксуский, Кербулакский, Коксуский.

Таблица 2

Потенциал развития аграрного туризма в Алматинской области

Table 2

Potential of development of agrarian tourism in Almaty region

Районы	Категории
Алакольский район	4
Балхашский район	4
Райымбекский район	4
Карасайский район	3
Саркандский район	3
Енбекшиказахский район	3
Жамбылский район	3
Панфиловский район	3
Талгарский район	3
Илийский район	2
Уйгурский район	2
Ескельдинский район	2
Каратальский район	2
Аксуский район	1
Кербулакский район	1
Коксуский район	1

В результате оценки было выявлено, что наилучшие возможности для развития аграрного туризма имеют Алакольский, Балхашский, Райымбекский районы. Затем идут Ка-

расайский, Саркандский, Енбекшиказахский, Жамбылский, Панфиловский, Талгарский районы.

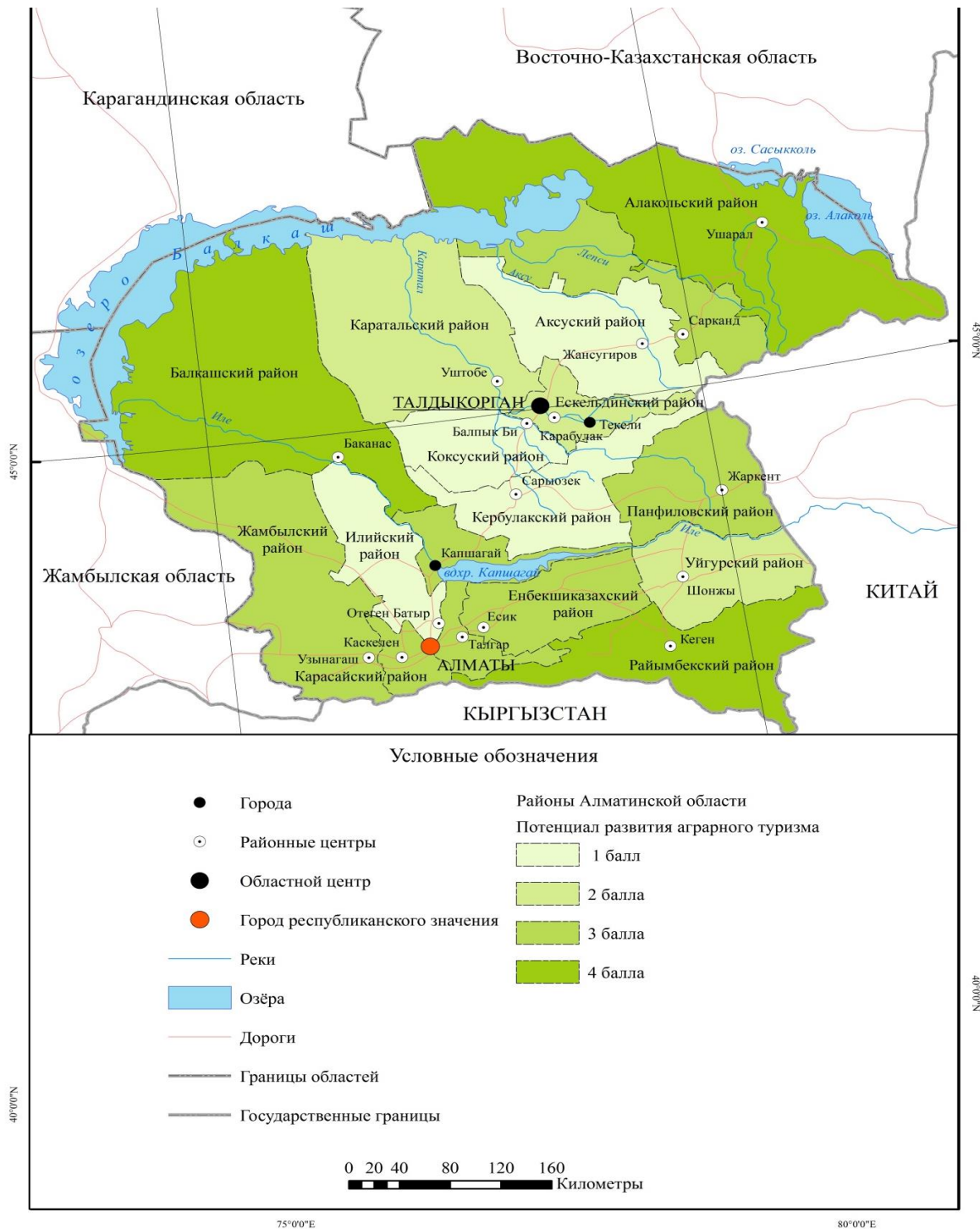


Рис. Потенциал развития агротуризма Алматинской области [подготовлен авторами]
Fig. Potential of development of agritourism in Almaty region [compiled by the authors]

Заключение. Таким образом, можно сказать, что в целом Алматинская область имеет большой потенциал для развития аграрного туризма. Это обусловлено не только наличием значительного количества объектов, но и близостью многомиллионного мегаполиса Алматы, у жителей которых пользуется спросом этот вид туризма. Основными направлениями агротуризма в области явля-

ются: конные и верблюжьи прогулки, рыбалка, винные туры, пасеки, сбор яблок, употребление натуральных, деревенских, экологически чистых продуктов, выращивание растений и разведение сельскохозяйственных животных. При этом необходимо активно развивать туристскую деятельность сельских жителей по оказанию услуг туристам на базе личных подсобных хозяйств. Следует заме-

тить, что развитие аграрного туризма в Алматинской области в настоящее время находится на стадии становления и признания его как перспективного вида туризма.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Энциклопедия Алматы. Алматинская область [Электронный ресурс] // Алматы энциклопедия, Интернет-агентство «Пантера», 2014. – URL: <http://almatykala.info/geography/amatinskaya-obast.html> (дата обращения: 31.08.2017).
2. Ердаuletov, С. Р., Кошкимбаева, У. Т. К вопросу понятия агротуризма и его функции / С. Р. Ердаuletov, У. Т. Кошкимбаева, // Мир путешествий. Алматы, 2011. № 5 (16). С. 11-17.
3. Управление природных ресурсов и регулирования природопользования Алматинской области. Программа развития Алматинской области на 2016-2020 годы. Постановление Правительства Республики Казахстан от 24 декабря 2014 года № 1378 [Электронный ресурс]. Талдыкорган, 2015 г. Alison CMS // URL: <http://priroda.zhetisu.gov.kz/pages/67/> (решение областного маслихата от 14 декабря 2015 года №51-288) (дата обращения: 31.08.2017).
4. Фермерское хозяйство «Фауна». Неофициальный сайт города Иссык [Электронный ресурс]. Виктор Ламерт [август, 2006] // URL: <http://issyk.info/index.php?id=59> (дата обращения: 31.08.2017).
5. Erdawletow, S., Alijewa, Z., Mukatowa, D. (2014), *Wspolczesny Kazachstan – Nowy Kierunek na Swiatowym Rynku Turystycznym Przeszosc Terazniejszosc I Przyszosc Turystyki*. Wydawnictwo uniwersytetu todzkiego. С. 295-310. Polish.

References

1. *Encyclopedia of Almaty. Almaty region* (2014) [Electronic resource] // Almaty encyclopedia, Internet agency «Panther» // URL: <http://almatykala.info/geography/amatinskaya-obast.html> (date of access: August 31, 2017). Kazakhstan.
2. Erdavletov, S. R., Koshkimbaeva, U. T. (2011), «*To the Question of the concept of agrotourism and its functions*» / S. R. Erdavletov, U.

T. Koshkimbaeva, // Mir travel. Almaty. № 5 (16). Pp. 11-17. Kazakhstan.

3. *Management of natural resources and regulation of nature management in the Almaty region* (2014), Program for the development of the Almaty region for 2016-2020. Decree № 1378 of the Government of the Republic of Kazakhstan of December 24 [Electronic resource] Taldykorgan, 2015 Alison CMS // URL: <http://priroda.zhetisu.gov.kz/pages/67/> (decision of the regional maslikhat dated December 14, 2015 № 51-288) (date of access: August 31, 2017). Kazakhstan.

4. *Farm «Fauna». Unofficial site of the city of Issyk* [Electronic resource]. Victor Lamert [August, 2006] (2016) // URL: <http://issyk.info/index.php?id=59> (date of access: August 31, 2017). Kazakhstan.

5. Erdawletow, S., Alijewa, Z., Mukatowa, D. (2014), «*Kazakhstan – a new direction in the World tourism market przeszosc real, philip and przyszosc tourism*». Publishing house of University todzkiego, 2014. Pp. 295-310. Polish.

Ердаuletov Станислав Рамазанович, доктор географических наук, профессор кафедры рекреационной географии и туризма, Казахский национальный университет имени аль-Фараби

Erdavletov Stanislav Ramazanovich, Doctor of Sciences in Geography, Professor Department of Recreational Geography and Tourism, Al-Farabi Kazakh National University

Алиева Жаннат Нарикбаевна, кандидат географических наук, профессор кафедры рекреационной географии и туризма, Казахский национальный университет имени аль-Фараби

Alieva Zhannat Narikbayevna, Candidate of Sciences in Geography, Professor Department of Recreational Geography and Tourism, Al-Farabi Kazakh National University

Актымбаева Алия Сагындыковна, кандидат географических наук, заместитель директора по науке Научно-технологического парка, Казахский национальный университет имени аль-Фараби

Aktymbayeva Aliya Sagyndykovna, Candidate of Sciences in Geography, Deputy Director for Science of Science and Technology Park, Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.486

DOI: 10.18413/2408-9346-2017-3-3-19-27

Комарова М. Е.

**РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА КАК ФАКТОР
ДИВЕРСИФИКАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»), ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия. *komarova@bsu.edu.ru*

Аннотация. Актуальность тематики исследования обусловлена растущим интересом к сельскому туризму, вызванным высоким уровнем урбанизации и потребностью отдыха на природе, а также его мультипликативным воздействием как на экономику, так и на социально-культурную сферу села.

В регионах России все большее число сельских поселений выбирает сельский туризм с целью решения проблемы диверсификации моноотраслевой экономики на основе местного потенциала. Начавшийся процесс изменения отраслевой структуры экономики села требует новых эффективных форм хозяйствования. В статье обосновывается необходимость комплексного стратегического подхода к развитию сельского туризма и повышению конкурентоспособности данного сегмента на туристском рынке. Данные анализа позволяют утверждать, что возможности, имеющиеся у России для развития сельского и агротуризма, пока еще полностью не реализованы. Для эффективного развития предпринимательства в структуре сельского туризма необходима государственная поддержка и дополнительное инвестирование в укрепление и диверсификацию туристской инфраструктуры села.

Основной вывод проведенного исследования заключается в том, что в современных условиях конкурентной внешней среды целевые ориентиры развития данного сектора туризма должна охватывать внутренний туристский рынок России. В ряде российских регионов уже накоплен положительный опыт в развитии сельского туризма. Помимо регионов, уже задействованных в данной отрасли, перспективным является также создание экопоселений и объектов сельского туризма в районах Урала, Сибири, Дальнего Востока, русского Севера, где можно воссоздать нетрадиционные способы земледелия, культурного зодчества, внедрить новые инновационные формы хозяйствования. При этом русская экзотика может также привлечь иностранных туристов и стать источником дополнительных поступлений в бюджет страны.

Ключевые слова: сельский туризм; регион; диверсификация; стратегия развития.

UDK 338.486

Komarova M. E.

**DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM AS A FACTOR
OF DIVERSIFICATION REGIONAL ECONOMY**

Belgorod State National Research University, 85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia.
komarova@bsu.edu.ru

Abstract. The relevance of the research subject is explained by the growing interest in rural tourism, caused by the high level of urbanization and the need for outdoor recreation, as well as its multiplicative impact on both the economy and the socio-cultural sphere of the village.

In the regions of Russia, a growing number of rural settlements choose rural tourism in order to solve the problem of diversifying the mono-branch economy based on local potential. The process of changing the sectoral structure of the rural economy requires new efficient forms of management. The article substantiates the need for an integrated strategic approach to the development of rural tourism and the competitiveness of this segment in the tourist market. The analysis allows us to state that the opportunities that Russia has for the development of rural and agrotourism have not yet been fully realized. For the effective development of entrepreneur-

ship in the structure of rural tourism, state support and additional investment in strengthening and diversifying the rural tourism infrastructure are needed.

The main conclusion of the study is that in the current conditions of the competitive external environment, the target guidelines for the development of this sector of tourism should be directed to the domestic tourist market in Russia. A number of Russian regions have already accumulated a positive experience in the development of rural tourism. In addition to the regions already involved in this sector, it is also promising to create ecosettlements in the regions of the Urals, Siberia, the Far East, and the Russian North, where it is possible to recreate non-traditional methods of agriculture, cultural architecture, and introduce new innovative forms of management. At the same time, Russian exotics can also attract foreign tourists and become a source of additional revenues to the country's budget.

Key words: rural tourism; region; diversification; development strategy.

В экономике кризисного периода развитие наиболее эффективных быстрокупаемых отраслей, таких как сельский и аграрный туризм, может стать одним из путей преодоления кризиса. По оценке экспертов ВТО, сельский туризм признан одним из стратегических направлений развития туризма в мире до 2020 года и высокодоходной отраслью туристской индустрии в США и странах Западной Европы. О масштабах развития сельского туризма свидетельствует тот факт, что из 1 млрд. ежегодно путешествующих туристов, сельский туризм выбирают от 12 до 30%. По мнению большинства национальных ассоциаций, прирост сектора сельского туризма в мире за последнее десятилетие составил 20-40%.

В Российской Федерации доля сельского туризма по данным Ростуризма составляет всего 1,5-2%, при этом у страны есть все возможности для развития этого вида туристской деятельности. Российский сельский туризм может стать привлекательным видом предпринимательской инициативы в сельской местности [3]. Он воздействует как на экономику, так и на социально-культурную сферу села. В развитии сельского туризма заинтересованы все субъекты туристского рынка: туристы – за счет удовлетворения потребностей в активном отдыхе в экологически чистой местности; органы местного самоуправления – привлекая инвестиции в рамках механизма государственно-частного партнерства; хозяйствующие субъекты – получая дополнительный доход за счет предоставления туристских услуг. Многоаспектность влияния сельского туризма способствует развитию территорий, повышению качества жизни населения, сти-

мулирует развитие личных подсобных хозяйств, производство экологически чистых, натуральных продуктов питания, а также обустройство сельских территорий, сельскую самобытность. Сельский туризм, основанный на принципах устойчивого развития, способен противостоять деградации окружающей среды, прививая вкус к здоровому образу жизни.

В целом сельский туризм способен решить социально-экономические проблемы сельских территорий, повышая уровень конкурентоспособности и уровень благосостояния жителей села [1]. Он вносит разнообразие в сельскую экономику, способствует развитию предпринимательской инициативы у сельских жителей, создает условия для производства качественных туристских услуг.

В России сельский туризм может стать одним из видов социального предпринимательства, в стране есть предпосылки для его развития. Так, созданное в 2011 году Агентство стратегических инициатив (АСИ) призвано способствовать развитию новых организаций в секторе социальных услуг. Кроме АСИ поддержкой и координацией социального предпринимательства занимается Фонд региональных социальных программ «Наше будущее», организующий сотрудничество в развитии социального предпринимательства в двадцати субъектах Российской Федерации [12].

Европейский опыт свидетельствует о том, что сельский туризм является одним из стратегических и приоритетных направлений развития сельских территорий, интегрируясь с другими аспектами сельской жизни. В регионах России все большее число сельских по-

селений выбирает сельский туризм с целью решения проблемы диверсификации сельской экономики на основе местного потенциала.

Однако отрасль сельского туризма в РФ нуждается в привлечении инвестиций, в создании системы стратегического планирования, разработке федеральной целевой программы и региональных, муниципальных программ по ее развитию. По мнению автора, созданию комплексной стратегии развития сельского туризма на территории РФ должен

предшествовать маркетинговый анализ рынка, который даст четкое представление об уровне состояния и перспективах его развития [4]. Для этой цели, в рамках данного исследования, был проведен SWOT-анализ состояния сельского туризма в РФ, позволивший определить сильные и слабые стороны, возможности и ограничения, которые нельзя игнорировать при разработке стратегии развития данного вида туризма (табл. 1).

Таблица 1

SWOT-анализ отрасли сельского туризма РФ

Table 1

SWOT-analysis of the Russian rural tourism industry

Преимущества (сильные стороны)	Недостатки (слабые стороны)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие достаточного количества туристских ресурсов не только федерального, но и мирового значения. 2. Использование земель сельскохозяйственного назначения для строительства средств размещения туристов в сельской местности. 3. Государственная грантовая поддержка инициативы развития сельского туризма. 4. Содействие развитию туризма со стороны коммерческих и общественных организаций. 5. Многоотраслевая направленность крестьянских и личных подсобных хозяйств. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Слабо развитая туристская инфраструктура в сельской местности. 2. Низкий уровень конкурентоспособности предоставляемых услуг по сравнению с зарубежными аналогами. 3. Слабо развитая информационная поддержка на внутреннем и международном туристских рынках. 4. Недостаток статистической информации. 5. Низкий уровень подготовки туристских кадров. 6. Низкая инвестиционная привлекательность сельских территорий. 7. Отсутствие законодательно-закрепленных единых требований к организации сельского туризма. 8. Отсутствие федерального закона о развитии сельского туризма. 9. Низкий уровень туристского сервиса на селе.
Угрозы	Возможности
<ol style="list-style-type: none"> 1. Усиление конкурентной борьбы на внутреннем и международном рынках туризма. 2. Несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей туристскую отрасль 3. Низкий уровень платежеспособности населения. 4. Нестабильная социально-экономическая и политическая ситуация в стране. 5. Ухудшение экологической обстановки 6. Сезонные колебания спроса на туристские услуги в сфере сельского туризма. 7. Высокий уровень ставок по кредитам. 8. Несовершенство системы налогообложения в сфере малого и среднего бизнеса. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Возможность обустройства сельских территорий и развития инфраструктуры села. 2. Рост доходов местного населения и регионов в целом. 3. Решение проблемы безработицы. 4. Развитие малого предпринимательства на селе. 5. Оживление объектов социальной сферы села. 6. Сохранение традиционного уклада жизни, приобщение к народным культурным традициям. 7. Приобщение населения к здоровому образу жизни. 8. Повышение конкурентоспособности туристских услуг в сельской местности.

Данные SWOT-анализа показали, что Российская Федерация обладает богатыми природно-рекреационными ресурсами для

развития сельского туризма. Однако существует ряд комплексных проблем, сдерживающих развитие данного вида туризма и тре-

бующих системного подхода к их решению. Среди подобных проблем можно отметить несовершенство институциональной, информационной среды, слабо развитый кадровый,

инвестиционный потенциал, инфраструктуру туристической отрасли на селе.

Основные факторы, сдерживающие развитие сельского туризма, представлены на рис. 1 [1].

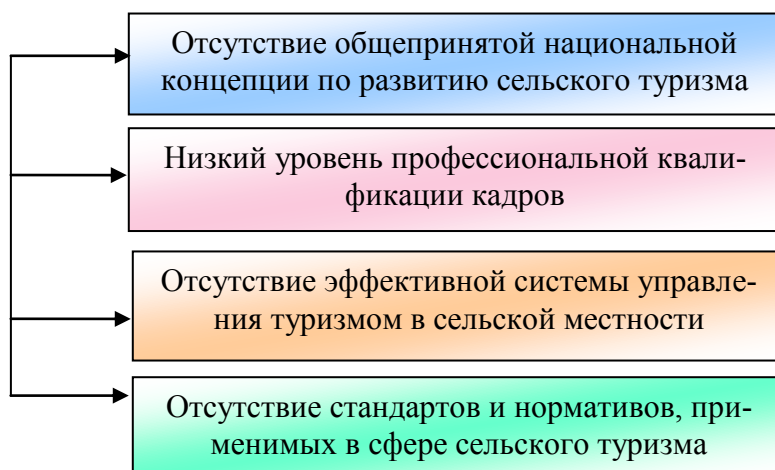


Рис. 1. Основные факторы, сдерживающие развитие сельского туризма в России
Fig. 1. The main factors constraining the development of rural tourism in Russia

Таким образом, слабые стороны перевешивают возможности для развития данного направления туристского рынка РФ. Решить имеющиеся проблемы, повысить конкурентоспособность сельских территорий, удовлетворить растущий спрос на качественные туристские услуги позволит кластерный подход и программно-целевой метод. Внедрение данных механизмов управления способно обеспечить условия для устойчивого развития туризма на селе [5].

В современных условиях конкурентной внешней среды целевые ориентиры развития данного сектора туризма должна быть направлена на внутренний рынок. Специалисты турбизнеса прогнозируют активный рост данного вида туризма, для которого в сельских поселениях есть огромные ресурсы. Территории, имеющие наименьшую рекреационную нагрузку и большое количество природно-привлекательных мест наиболее

конкурентоспособны для развития сельского туризма.

В настоящее время сельский туризм активно развивается в Архангельской, Пензенской, Московской, Ленинградской, Вологодской, Владимирской, Ивановской, Белгородской, Рязанской, Калининградской, Калужской и Псковской областях, Краснодарском и Алтайском краях, в республиках Башкортостан, Карелия, Чувашия, Крым. Среди проектов по сельскому туризму можно отметить такие, как «Дорога к дому» (Ленинградская область), «Зеленый дом» (Горный Алтай), «Вода, природа и люди в исчезающем ландшафте», «Домик в деревне» (Белгородская область) и др.

Среди российских регионов одной из первых стала развивать сельский туризм Калининградская область. Динамика развития сельского туризма в Калининградской области за последние три года представлена в табл. 2.

Таблица 2

Динамика развития сельского туризма в Калининградской области

Table 2

The dynamics of the development of rural tourism in Kaliningrad region

Показатель	Годы			Темп роста, 2016 к 2014 году, %
	2014	2015	2016	
Количество туристов, посетивших регион в рамках экологического и сельского туризма, чел.	3819	7629	8225	215
Сумма затрат туристов, посетивших регион в рамках экологического туризма, тыс. руб.	162784	276318	301520	185

Примечание: составлено по источнику [8]

Анализ данных табл. 2 свидетельствует о том, что на конец 2016 года сельский туризм позволил привлечь в регион дополнительные денежные средства в размере 301млн. 520 тыс. руб.

Белгородская область является одним из российских лидеров в области сельского развития. Успехи достигнуты благодаря поддержке региональных властей и кластерному подходу [5]. В области действует система целевых программ, направленных на комплексное развитие сельских территорий, осуществляется поддержка семейных ферм, принят закон «О родовых усадьбах», сохранена и успешно развивается система потребительской кооперации. Сегодня комплекс сельского туризма Белгородской области составляют более ста усадеб, подворий, туристских деревень. Среди них гостевые дома, агропроизводственные и экскурсионные усадьбы, пчелопарки, туристско-рекреационные зоны. В настоящее время во всех муниципальных об-

разованиях области приняты целевые программы «Развитие внутреннего и въездного туризма», «Развитие сельского туризма», при поддержке «Белгородского областного фонда поддержки малого и среднего предпринимательства» создан интернет-портал «Сельский туризм Белогорья». Администрация Белгородской области постоянно увеличивает затраты на совершенствование инфраструктуры сельского туризма, о чем свидетельствуют высокие показатели динамики роста субсидий, выделяемых на строительство новых и реконструкцию существующих туристских объектов.

В Калужской области постоянно строятся и реконструируются объекты сельского туризма, примером уникального этнокультурного объекта является музей под открытым небом «Этномир». Затраты, направленные на реконструкцию инфраструктуры сельского туризма в Калужской области, представлены в табл. 3.

Таблица 3

Затраты, направленные на реконструкцию и развитие инфраструктуры сельского туризма в Калужской области

Table 3

Expenditures aimed at reconstruction and development of the rural tourism infrastructure in Kaluga region

Показатель	Годы			Темп роста, 2016 к 2014 году, %
	2014	2015	2016	
Затраты на строительство новых туристических объектов, тыс. руб.	67316	172846	190261	282,6
Затраты на реконструкцию существующих туристических объектов, тыс. руб.	56182	117281	182612	325,0

Примечание: составлено по источнику [8]

В Калужской области, как и в ряде других областей, действуют эффективные меры государственной поддержки развития туризма в сельской местности. Объем финансирования в рамках долгосрочной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Калужской области на 2011-2016 годы» составил 5,6 млрд. руб.

Большое внимание сельскому туризму в последнее время уделяется в Вологодской области. В Кирилловском районе создано

МУП «Управление туризма и народных промыслов». Управление занимается заключением договоров на аренду дома с желающими заниматься сельским туризмом, организацией семинаров по обустройству дома и территории гостевого дома, бронированием комнат в сельских домах, организацией экскурсий и др. [11].

Затраты администрации Вологодской области на развитие сельского туризма в 2014-2016 годах представлены в табл. 4.

Таблица 4

Затраты администрации Вологодской области на развитие сельского туризма

Table 4

Costs of the Vologda Region Administration for the development of rural tourism

Показатель	Годы			Темп роста, 2016 к 2014 году, %
	2014	2015	2016	
Затраты администрации на развитие базы сельского туризма в области, тыс. руб.	4673	6731	10928	233,85
Затраты на проведение обучения в рамках развития сельского туризма в области, тыс. руб.	895	1829	2190	244,65

Примечание: составлено по источнику [8]

Статистические данные свидетельствуют о том, что администрация Вологодской области ежегодно увеличивает затраты на строительство объектов и расширение базы сельского туризма, на реализацию образовательных программ и подготовку кадров.

Среди основных типов предприятий сельского туризма в РФ можно выделить гостевые дома, сельские усадьбы, экскурсионные усадьбы животноводов, овощеводов и цветоводов, пансионаты и сельские гостиницы, эко- и агрохозяйства, экодереvни, дома мастеров и ремесленников, центры народного творчества и др. В последнее время большой популярностью пользуются агротуристские хозяйства и фермы, разводящие страусов. Таких ферм много в Подмосковье, на Кубани, в Ставропольском крае.

В Карелии организована ассоциация владельцев сельских домов «Усадьба», выпущен каталог «Сельских усадьб». В Республике Коми предполагается разработка модели сельского туризма на базе ГАУ РК «Финно-угорский этнокультурный парк».

В Ярославской области созданы деревни мастеров и ремесленников, где все желающие

могут пройти мастер-классы по разным народным промыслам. Среди провинциальных городов интересны купеческие города-музеи Мышкин, Углич, сохранившие старинную застройку и провинциальный уклад жизни. В Угличе при поддержке местного населения активно создаются частные музеи кукол, водки, чайников. В Белгородской области созданы музеи лука, хлеба, гуся. В Псковской области большой популярностью среди иностранцев пользуется деревенская баня. Наверняка, подобные возможности есть у каждого сельского поселения или муниципального образования [11].

Уникальные туристские продукты в последние годы предлагает Ивановская область. Исследование уровня развития сельского туризма в Ивановской области показало, что в общей сложности инфраструктура данного туристского сектора насчитывает 33 гостевых дома, функционирующих по 4 моделям: 1) сельский гостевой дом; 2) агротурусадьба; 3) туристская деревня; 4) благотворительные гостевые дома.

Туристские деревни Ивановской области представлены тремя типами функционирующе-

ния. В первой модели сохранена архитектура традиционной русской деревни, ее уклад и быт, туристам предлагаются традиционные русские забавы. Туристские деревни второго типа имеют современные постройки из натуральных материалов. Третий тип – благотворительные гостевые дома, ориентированные на прием детей с ограниченными возможностями в сопровождении родителей.

Для депрессивных сельских территорий, какой является Ивановская область, развитие внеаграрных видов деятельности и частного семейного бизнеса должно принести новые перспективы и способствовать оживлению экономики села [14].

О темпах роста отрасли сельского туризма можно судить по таким показателям, как число туристов, посетивших регион, численность предприятий данного вида бизнеса, их типология, ценовая политика, ассортимент предлагаемых туруслуг, доходы от туристской деятельности и др. Анализ данных показателей позволяет судить о конъюнктуре рынка и способствует построению четких стратегических целей и задач.

Динамика численности различных типов предприятий сельского туризма в республике Крым представлена в табл. 5.

Таблица 5

Динамика численности различных типов предприятий сельского туризма в республике Крым за четыре года

Table 5

Dynamics of the number of different types of rural tourism enterprises in the Republic of Crimea for four years

Показатель	Годы				Темп роста, 2015 к 2011 году, %
	2012	2013	2014	2015	
Типы предприятий сельского туризма, ед.					
Сельская усадьба	40	41	45	58	145
Эко-хозяйство	40	45	65	132	330
Сельский пансионат	4	6	10	22	550
Всего	84	92	120	212	252,4

Примечание: составлено по источнику [13]

По данным Чернявой А.Л., если туристская отрасль республики Крым будет функционировать в стационарном режиме, то соотношение пляжных и сельских туристов составит 73,91 к 26,09% [13].

С 2014 года все регионы Российской Федерации получили возможность государственной грантовой поддержки инициативы развития сельского туризма. Субсидии на гранты предоставляются сельским поселениям на основе конкурсного отбора и могут быть направлены на создание и обустройство рекреационных зон, сохранение и восстановление природных ландшафтов, поддержку национальных культурных традиций.

Следует отметить, что помимо регионов, уже задействованных в развитии отрасли сельского туризма, перспективным является также создание кластеров сельского туризма в районах Золотого кольца России, Великого

Волжского пути, Урала, Сибири, Дальнего Востока, русского Севера, где можно воссоздать нетрадиционные способы земледелия, культурного зодчества. При этом русская экзотика может привлечь иностранных туристов и стать источником дополнительных поступлений в бюджет страны. С учетом того, что каждый иностранный турист по оценкам экспертов тратит за время тура в среднем 1 тыс. долларов, за счет въездного агротуризма можно привлечь в страну дополнительно

4 млрд. долларов в год, также на сельский отдых могут переориентироваться не менее 10% отдыхающих за рубежом россиян [8].

Таким образом, тенденции развития туризма показывают, что у новых для России видов туризма есть потенциал, который необходимо развивать.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: author have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Волков, С. К. Сельский туризм в РФ: тенденции и перспективы развития / С. К. Волков // Экономика, предпринимательство и право. 2012. № 12. С. 30-38.
2. Дубиничева, Л. В. Агротуризм в развитии сельских территорий / Л. В. Дубиничева, П. М. Советов // Проблемы развития территории. 2013. Т. 46, № 2. С. 48-55.
3. Забаева, М. Н. Государственное регулирование туризма в России и за рубежом: модели, принципы и методы / М. Н. Забаева // Менеджмент в России и за рубежом. 2014. – №2. – С.89-98.
4. Камилова, З. Агротуризм – альтернативный путь развития сельских территорий / З. Камилова, С. Лайпанов // АПК: Экономика, управление. 2012. № 4. С. 35-36.
5. Комарова М. Е. Туристские кластеры как основа развития регионального туризма (на примере Белгородской области) / М. Е. Комарова // Сервис в России и за рубежом. 2016. №4 (65). С.16-29.
6. Кочемасова, Т. П. Агротуризм как перспективный вид деятельности в сельской местности / Т. П. Кочемасова, Е. М. Полякова // Международный журнал экспериментального образования. 2013. № 8. С. 237.
7. Кулинцев, И. Основные цели и факторы развития сельского туризма в России / И. Кулинцев // Международный сельскохозяйственный журнал. 2015. № 2. С. 57-60.
8. Новости Ростоуризма // URL:<http://www.russiatourism.ru/> (дата обращения: 10.09.2017).
9. Панюков, А. И. Развитие агротуризма : отечественные традиции и инновации / А. И. Панюков, Ю. Г. Панюкова // Теория и практика общественного развития. 2013. № 2. С. 242-246.
10. Печерица, Е. В. Агротуризм как способ развития сельских территорий в Российской Федерации / Е. В. Печерица, Ю. Ю. Колотилин // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2013. № 2. С. 229-235.
11. Сельский туризм – перспективное направление в развитии поселений: метод. рекомендации. М. : ФГБНУ «Росинформ-агротех», 2015. 108 с.
12. Снитко, Л. Т. Сельский туризм как пер-

спективное направление развития социального предпринимательства в организациях потребительской кооперации. / Л. Т. Снитко, Э. А. Гомонко, А. С. Высочиненко // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации, экономики, права. Предпринимательства. 2014. № 2. С. 89-90.

13. Чернявая, А. Л. Разработка стратегии предприятия сельского зеленого туризма в условиях измененной внешней среды. / А. Л. Чернявая // Научное периодическое издание «IN SITU». 2016. № 1-2. С 56-62.

14. Яковенко, Н. В. Сельские гостевые дома как перспективное направление развития агротуризма в Ивановской области / Н. В. Яковенко // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. № 3. Т.9. С. 86-87.

15. Janowski, M. (2013), *Rural Non-Farm Livelihood Activities in Romania, Georgia and Armenia: Synthesis of Findings from Fieldwork Carried out at the Village Level 2011-2012*. Natural Resources Institute, Report № 2724. March 2013.

16. Start, D. (2014), *The Rise and Fall of the Rural Non-farm Economy: Poverty Impacts and Policy Options*. Development Policy Review. 150 с.

References

1. Volkov, S. K. (2012), «*Rural tourism in the Russian Federation: trends and development prospects*» / S. K. Volkov // Economics, Entrepreneurship and Law. № 12. Pp. 30-38. Russia.
2. Dubinicheva, L. V. (2013), «*Agrotourism in the development of rural territories*» / L. V. Dubinicheva, P. M. Sovetov // Problems of Territory Development. Vol. 46, № 2. Pp. 48-55. Russia.
3. Zabaeva, M. N. (2014), «*State regulation of tourism in Russia and abroad: models, principles and methods*» / M. N. Zabaeva // Management in Russia and abroad. № 2. Pp. 89-98. Russia.
4. Kamilova, Z. (2012), «*Agrotourism – an alternative way of development of rural territories*» / Z. Kamilova, S. Laipanov // АПК : Economics, management. № 4. Pp. 35-36. Russia.
5. Komarova, M. Ye. (2016), «*Tourist clusters as a basis for the development of regional tourism (on the Example of Belgorod Region)*» / M. Ye. Komarova // Service in Russia and abroad. № 4 (65). Pp.16-29. Russia.
6. Kochemasova, T. P. (2013), «*Agrotourism as a promising activity in rural areas*» / T. P. Kochemasova, E. M. Polyakova // International. The Journal of Experimental Education. № 8. 237 p. Russia.
7. Kulintsev, I. (2015), «*Main objectives and factors of rural tourism development in Russia*» /

I. Kulintsev // International Agricultural Journal. № 2. Pp. 57-60. Russia.

8. Rostourism news (2017) // URL: <http://www.russiatourism.ru/> (date of access: October 9, 2017). Russia.

9. Panyukov, A. I. (2013), «*The Development of agro-tourism: domestic traditions and innovations*» / A. I. Panyukov, Yu. G. Panyukova // Theory and practice of social development. № 2. Pp. 242-246. Russia.

10. Pecheritsa, V. (2013), «*Agrotourism as a way of development of rural territories in the Russian Federation*» / E. V. Pecheritsa, Yu. Yu. Kolotilin // Theory and practice of service: economics, social sphere, technology. № 2. Pp. 229-235. Russia.

11. *Rural tourism is a promising area in the development of settlements: method. Recommendations* (2015), Moscow : FGBNU «Rosinform-agrotech». 108 p. Russia.

12. Snitko, L. T. (2014), «*Rural tourism as a perspective direction of development of a social entrepreneur in consumer cooperation organizations*» / L. T. Snitko, E. A. Gomonko, A. S. Vysochinenko // The Bulletin of Belgorod University of Consumer Cooperation. Economics, Law. Entrepreneur. № 2. Pp.89-90. Russia.

13. Chernyavyaya, A. L. (2016), «*Development of the strategy of the enterprise of rural green tourism in the conditions of the changed environment*» /

A. L. Black // The Scientific periodical «IN SITU». № 1-2. Pp. 56-62. Russia.

14. Yakovenko, N. V. (2015), «*Rural guest houses as a perspective direction of agrotourism development in Ivanovo region*» / Modern problems of service and tourism. № 3. Vol. 9. Pp. 86-87. Russia.

15. Janowski, M. (2013), «*Rural non-farm livelihood activities in Romania, Georgia and Armenia: synthesis of findings from fieldwork carried out at the village level 2011-2012*». Natural Resources Institute, Report № 2724. March 2013. England.

16. Start, D. (2014), «*The Rise and fall of the rural non-farm economy: poverty impacts and policy options*». Development Policy Review. 150 p. England.

Комарова Марина Евгеньевна, доцент, кандидат географических наук, доцент, кафедра туризма и социально-культурного сервиса института управления, Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Komarova Marina Evgenievna, Associate Professor, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Department of Tourism and Socio-cultural Service Institute of Management, Belgorod State National Research University

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2017-3-3-28-39

Лихошерстова Г. Н.¹
Королева И. С.²
Ясенюк С. Н.³

**ОЦЕНКА ВЕКТОРНЫХ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ
АГРОТУРИСТСКОГО СЕКТОРА НА ОСНОВЕ ДИАГНОСТИКИ
СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИКИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

- ¹⁾ Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»), ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия. *Likhosherstova@bsu.edu.ru*
- ²⁾ Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»), ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия. *Koroleva_i@bsu.edu.ru*
- ³⁾ Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»), ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия. *Yasenok@bsu.edu.ru*

Аннотация. В настоящее время сельский туризм развивается быстрыми темпами и становится все более востребованным на мировом рынке. В ряде европейских стран доля сельского туризма в структуре внутреннего турпотока достигает 15-20%. Для развития сельского туризма перспективно использование различных подходов и моделей организации с учетом природных условий и культурно-исторического наследия каждого региона при неуклонном соблюдении требований охраны окружающей среды, стандартов качества и безопасности туристов на отдыхе. Среди российских регионов Белгородская область, наряду с другими регионами, выделена как наиболее успешная в организации сельского туризма. Проведенный анализ рекреационного потенциала сельских территорий позволил выделить виды сельского туризма по районам региона, произвести их ранжирование исходя из оценки стоимости предоставляемых услуг. Следует отметить, что в Белгородской области действует механизм региональной поддержки сельского туризма, однако о полноценном развитии сельского туризма говорить не приходится, поскольку имеется достаточно причин, тормозящих его развитие, и, соответственно, экономический, социальный, культурный и духовный рост сельского населения региона.

Ключевые слова: туризм; агротуризм; сельский туризм; туристско-ресурсный потенциал; туристские объекты; информация.

UDK 338.48

Likhosherstova G. N.¹
Koroleva I. S.²
Yasenok S. N.³

**EVALUATION OF VECTOR PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT
OF THE AGRO-TOURIST SECTOR ON THE BASIS
OF DIAGNOSTICS OF THE STATE OF THE ECONOMY
OF BELGOROD REGION**

- ¹⁾ Belgorod State National Research University
85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia. *Likhosherstova@bsu.edu.ru*
- ²⁾ Belgorod State National Research University
85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia. *Koroleva_i@bsu.edu.ru*
- ³⁾ Belgorod State National Research University
85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia. *Yasenok@bsu.edu.ru*

Abstract. Currently, rural tourism is developing rapidly and is becoming increasingly popular in the world market. In some European countries, the share of rural tourism in the structure of domestic tourist flow reaches 15-20%. For the development of rural tourism, the use of various approaches and models of the organization is perspective, taking into account the natural conditions and cultural and historical heritage of each region, while observing the requirements of environmental protection, the quality standards and the safety of tourists on vacation. Among Russian regions, Belgorod region together with the other regions, was selected as the most successful in the

organization of rural tourism. The analysis of the recreational potential of rural areas has made it possible to distinguish the types of rural tourism in the districts of the region, to produce their ranking based on the valuation of the services provided. It should be noted that there is a mechanism of regional support for rural tourism in Belgorod region, but there is no need to talk about the full development of rural tourism, since there are enough reasons to slow down its development and, accordingly, economic, social, cultural and spiritual growth of rural population of the region.

Keywords: tourism; agritourism; tourist and resource potential; tourist facilities; information.

Положительная роль сельского туризма в экономике региона определяется повышением эффективности использования ресурсов территории. Так, в настоящее время в 15 районах Белгородской области насчитывается 41 сельская усадьба, в т.ч.: Алексеевском, Белгородском, Борисовском, Валуйском, Вейделевском, Грайворонском, Ивнянском, Красногвардейском, Краснояружском, Новооскольском, Прохоровском, Ракитянском, Чернянском, Шебекинском, Яковлевском (рис. 1). В перечисленных районах Белгородской области количество сельских подворий варьируется от 1 до 9. Было установлено, что в Губкинском, Старооскольском, Корочанском, Ровеньском, Волоконовском и Красненском районах объекты сельского туризма отсутствуют. Причем представители Корочанского района утверждают, что в скором времени на его территории состоится открытие гостевой усадьбы. Кроме того, там уже есть туристская база в поселке Мелихово, но пока она не позиционируется как объект сельского туризма. Подобная ситуация наблюдается и в Волоконовском районе. Но, несмотря на отсутствие сельских усадеб, сельский туризм Волоконовского района развивается в рамках событийного туризма, через реализацию ярмарок и фестивалей, приуроченных к различным праздникам, в рамках которых проводятся экскурсии, например, в селе Новоивановка в рамках межрайонного фестиваля-соревнования «Я – русский крестьянин». Однако о

полноценном развитии сельского туризма в данном районе говорить не приходится, так как принципиальное отличие сельского туризма от остальных видов туризма – наличие сельских усадеб, чего не наблюдается в Волоконовском районе [1].

Также следует отметить и отсутствие сельских усадеб в Губкинском и Старооскольском районах, отсутствие которых объясняется очевидным неблагоприятным фактором – наличием промышленных объектов на территории данных районов. В Старооскольском и Губкинском районах (район Курской магнитной аномалии) атмосферу загрязняют порядка 185 промышленных объектов, что противоречит основному принципу зарождения сельского туризма на территории. Кроме того, несколько сельских поселений Старооскольского района включены в список пострадавших вследствие катастрофы на Чернобыльской атомной электростанции. Некоторые территории в Красненском и Ровеньском районах также признаны пострадавшими от катастрофы на Чернобыльской атомной электростанции, что может являться основной причиной отсутствия сельских усадеб для развития сельского туризма в данных районах. Алексеевский район также включен в список пострадавших от катастрофы на Чернобыльской атомной электростанции, однако одна сельская усадьба на территории района все же есть.

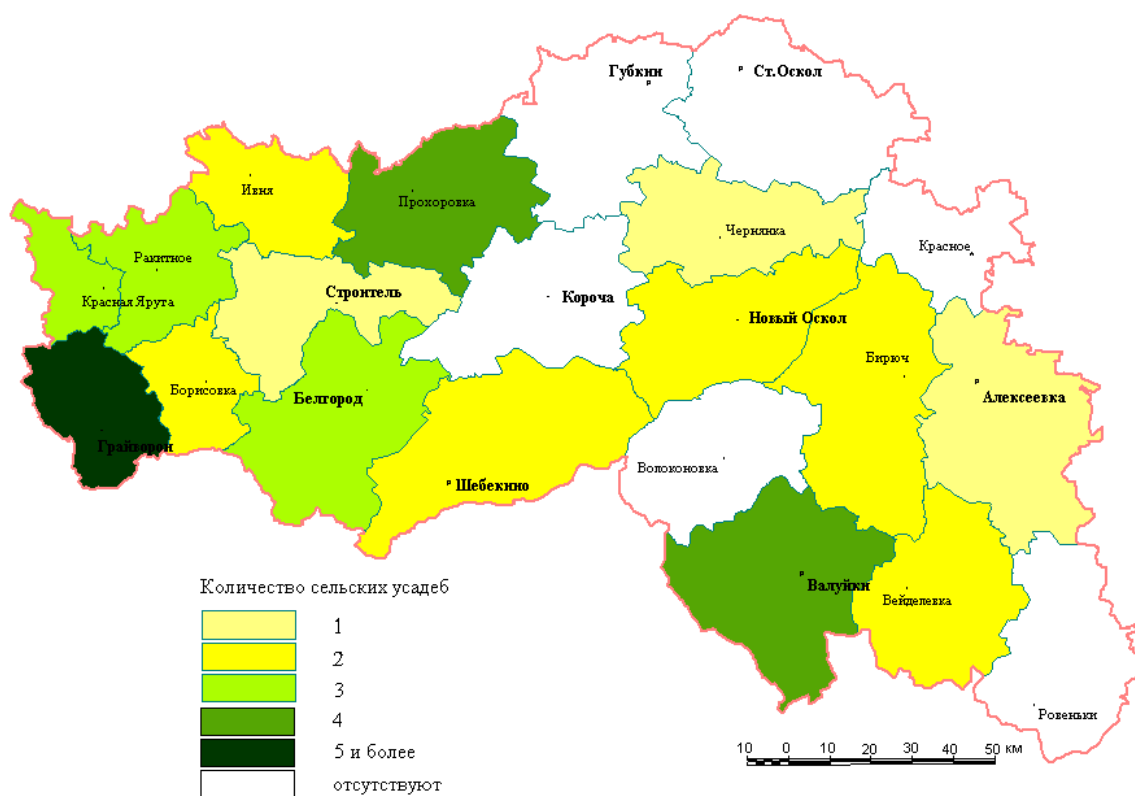


Рис. 1. Сельские усадьбы на территории Белгородской области
Fig.1. Rural estates on the territory of Belgorod region

По нашему мнению, исходя из вышеуказанной причины, Алексеевский район не является благоприятным районом для развития сельского туризма пляжно-купальной и прогулочно-промысловой направленности. Поэтому, осуществляя оценку объектов сельского туризма на территории Белгородской области, следует отметить, что наиболее развитым районом с точки зрения количественной оценки сельского туризма является Грайворонский район, в котором насчитывается порядка десяти сельских подворий. Немногом ему уступают Валуйский и Прохоровский районы, где расположено по четыре объекта сельского туризма.

Проведенный нами анализ рекреационного потенциала сельского туризма с точки зрения синтеза ареала его распространения, позволил нам выделить виды сельского туризма по районам области [2]. По результатам такого анализа была составлена порайонная карта видов сельского туризма, распространенных на территории Белгородской области (рис. 2), которая позволяет диагностировать практически во всех районах Белгородской области активное распространение прогулочно-промысло-

вой и пляжно-купальной направленности сельского туризма.

В 10 районах Белгородской области получил распространение сельский туризм прогулочно-промысловой направленности, а именно, в Ракитянском, Краснояружском, Грайворонском, Борисовском, Белгородском, Шебекинском, Красногвардейском, Валуйском, Алексеевском и Вейделевском районах. Пляжно-купальный туризм представлен в Грайворонском, Белгородском, Валуйском, Вейделевском и Борисовском районах. Некоторые районы совмещают в себе несколько разновидностей сельского туризма. Краснояружский район представлен двумя видами сельского туризма: культурно-историческим и прогулочно-промысловым. А в Валуйском районе есть возможность выбора между сельским туризмом религиозной, пляжно-купальной, прогулочно-промысловой, классической и агрономической направленностей. В Борисовском же районе, наряду с сельским туризмом пляжно-купальной, оздоровительной и прогулочно-промысловой направленностями, есть возможность ознакомления с национальной кухней (гастрономической туризм). Вейделевский рай-

он предлагает на выбор сельский туризм экологической, прогулочно-промысловой, пляжно-купальной направленностей и, конечно же, классический сельский туризм.

Грайворонский район совмещает в себе наибольшее количество видов сельского туризма. Здесь существуют усадьбы, которые

предоставляют возможность прогулочно-промыслового, пляжно-купального, этнического, экологического отдыха, а также есть возможность отдыха и с целью ознакомления с агротуризмом и классическим сельским туризмом.

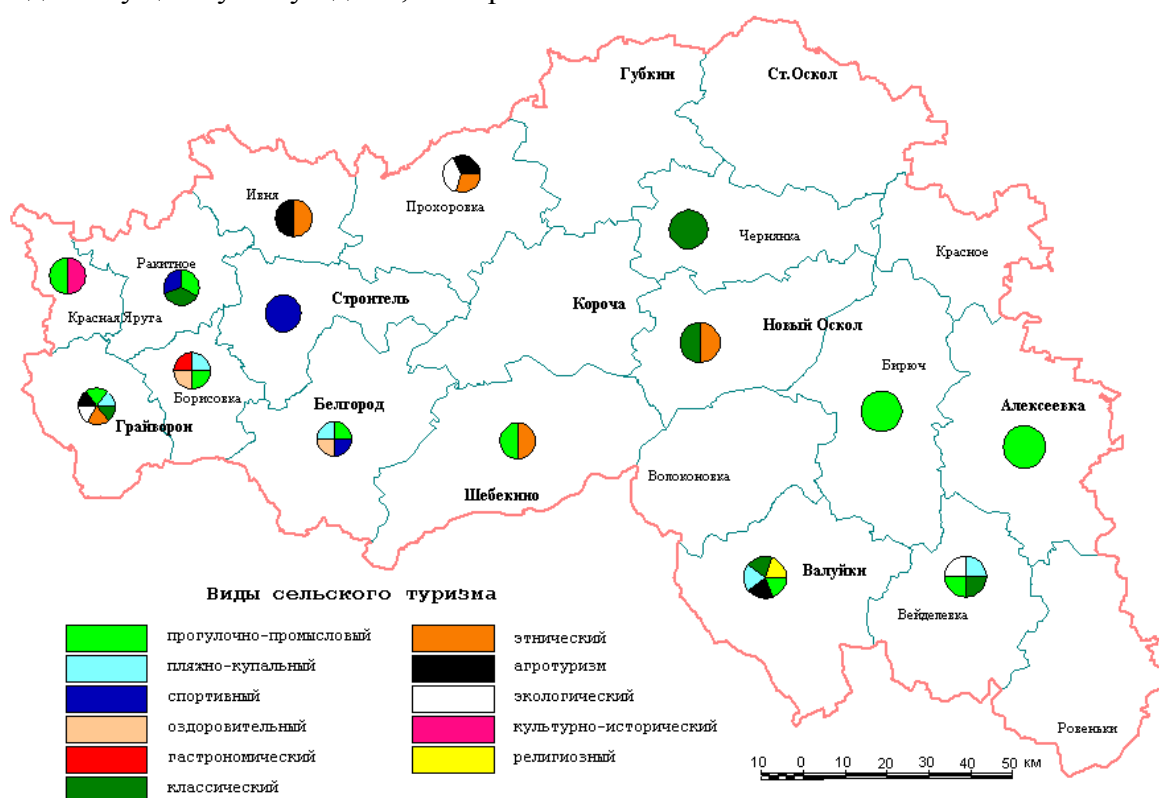


Рис. 2. Виды сельского туризма Белгородской области
Fig. 2. The types of rural tourism in Belgorod region

Прохоровский и Ивнянский районы предлагают отдых с целью ознакомления с агротуризмом и сельским туризмом этнической направленности. Однако Прохоровский район предлагает услуги еще и сельского туризма экологической направленности. Возможность поучаствовать в этническом и классическом сельском туризме есть в Новооскольском районе. Наряду с Новооскольским возможность этнического туризма в рамках сельского вида туризма есть в Ивнянском и Шебекинском районах. В Шебекинском районе также возможен и прогулочно-промысловый туризм. Яковлевский район предлагает услуги сельского туризма спортивной направленности, а Чернянский район – классического сельского туризма. Спортивная направленность сельского туризма распространяется на Ракитянский и

Белгородский районы, где помимо этого активно развивается еще и прогулочно-промысловая направленность сельского туризма. В Белгородском районе также есть сельские усадьбы, предлагающие оздоровительный и пляжно-купальный отдых в рамках сельского туризма. А в Ракитянском районе предлагают отдых по классическому направлению сельского туризма. Исходя из проведенной оценки, можно сделать вывод, что в Белгородской области представлены практически все виды сельского туризма, будь то классический сельский туризм или агротуризм, сельский туризм пляжно-купальной, прогулочно-промысловой, экологической, оздоровительной, активной, гастрономической или этнической направленности.

Далее нами было проведено ранжирование районов Белгородской области исходя из стоимости услуг на объектах сельского туризма (рис.3). Исходя из проведенной оценки стоимости услуг сельского туризма следует, что в двух районах Белгородской области, а именно, в Валуйском и Прохоровском, цены на услуги сельского туризма как минимум в

половину ниже, чем, к примеру, в Новооскольском, Вейделевском, Красногвардейском, Краснояружском и Грайворонском районах. Данные районы области используют низкую ценовую политику для привлечения клиентов и для того, чтобы сельская усадьба стала визитной карточкой их регионов.

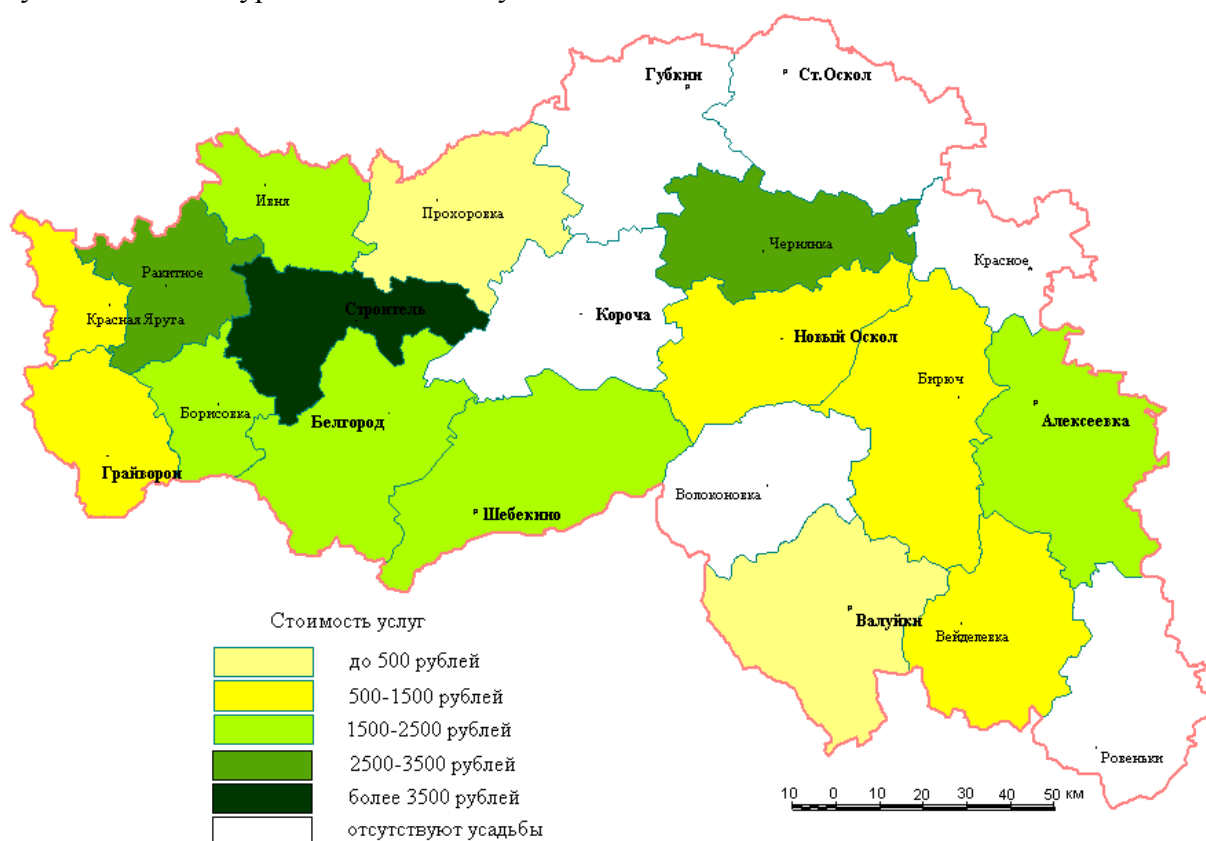


Рис. 3. Стоимость услуг сельских усадеб в разрезе районов Белгородской области
Fig.3. The cost of services of rural estates in the context of the districts of Belgorod region

В Яковлевской районе отмечена максимальная цена за сутки пребывания на территории сельской усадьбы, которая составляет порядка 5000 рублей, что, как видится, является одним из сдерживающих факторов для большинства потенциальных туристов, желающих познакомиться с сельским туризмом, как видом отдыха. Проживание в данной усадьбе рассчитано на прием иностранцев и гостей столицы. Эксперты считают, что адекватной стоимостью проживания с трехразовым питанием является цена 20-30 долларов в сутки [6].

Средняя цена за сутки пребывания на территории сельской усадьбы Белгородской области в среднем составляет примерно от 1500 до 2500 рублей. Такие цены установились в

Борисовском, Белгородском, Шебекинском, Ивнянском и Алексеевском районах. Но вместе с тем нельзя не отметить тот факт, что посещение некоторых усадеб (без ночевки) в Белгородской области осуществляется бесплатно. Например, такая усадьба существует в Прохоровском районе. Кроме того, в Грайворонской районе стоимость посещения таких усадеб (без ночевки), как «Панский хуторок» и «Вераняночка» составляет от 50 до 200 рублей (в стоимость включена дегустация блюд) с человека. Таким образом, в Белгородской области сельский туризм многогранен по предоставляемым услугам и ценам, поскольку здесь сельские усадьбы предлагают как дорогостоящие услуги, рассчитанные на премиум-класс,

так и услуги для среднестатистической семьи, не требующие слишком больших вложений из бюджета. То есть на территории Белгородской области каждый желающий может приобщиться к природе и сельскому туризму, в частности, а также сможет найти себе вариант сельской усадьбы по приемлемой для него стоимости.

Таким образом, в настоящее время наибольшим потенциалом на территории Белгородской области для развития классического сельского туризма и иных его направленно-стей обладает Грайворонский район, поскольку здесь наблюдается наибольшее количество сельских усадеб по сравнению с другими районами при их сравнительно недорогой стоимости и высокой степени комфортабельности условий размещения и питания и большой выбор различных видов сельского туризма.

Добавляя к проведенной оценке потенциала территории Белгородской области для развития сельского туризма результаты социологического исследования, в котором принимали участие жители Белгородского района (3% от общего числа жителей) от 14 до 70 лет, следует отметить, что:

- 35% жителей Белгородской области предпочитают пляжный отдых;
- 23% экстремальный отдых;
- 17% познавательный туризм;
- и только 15% жителей района интересуется сельский туризм [3].

В ходе социологических опросов выяснилось и то, что отдых в сельской местности интересен для любых возрастных групп, начиная от подростков и до людей пенсионного возраста. Из тех жителей района, которые интересуются сельским туризмом, посещали или хотели бы посетить сельские усадьбы, 16% не владеют достаточным объемом информации для того, чтобы выбрать подходящую им усадьбу или направление сельского туризма. Подтверждает факт отсутствия должной информации о сельском туризме и то, что более 65% опрошенных не знают о реализации программ по развитию сельского туризма на территории Белгородской области. Более того, установлено, что 64% опрошенных жителей имеют дачные участки, и это свидетельствует о том, что сельский туризм в Белгородской области

начал свое зарождение еще в начале 70-х годов, на базе садово-дачных объединений, т.е. так же, как и в начале XX века в Германии. 47% опрошенных жителей, имеющих дачные участки, отметили, что посещают дачные участки не с целью оздоровления и отдыха, а для ведения сельскохозяйственной деятельности, что в целом не благоприятствует развитию сельского туризма на базе дачных участков. Но при этом, 39% опрошенных отметили, что бывают на своих участках два раза в месяц, как истинные сельские туристы.

Из проведенного анализа реализации потенциала сельской территории в целях популяризации и развития сельского туризма в Белгородской области, следует, что:

– во-первых, несмотря на тот факт, что территория Белгородской области весьма перспективна для развития сельского туризма, о существовании усадеб, подворий, гостевых домов и других объектов сельского туризма, а также о реализуемых направлениях развития сельского туризма на территории Белгородской области знает только очень узкий круг заинтересованных лиц;

– во-вторых, туристский потенциал сельской местности и малых городов Белгородской области, как природный, так и историко-культурный, крайне мало используется, и в настоящее время стоит задача преобразования его на муниципальном и региональном уровнях в туристский ресурс, то есть в то, что можно в любой момент использовать для организации маршрутов, экскурсий и досуга туристов. При этом обязательным условием становления и развития сельского туризма является наличие мест размещения туристов, находящихся в сельской местности (или малых городах без промышленной и многоэтажной застройки);

– в-третьих, муниципальные власти, включая структуры сферы культуры, общественные организации, бизнес-структуры играют важную роль в создании привлекательного образа территории, картографическом обеспечении туристских маршрутов, поддержании историко-культурных и природных объектов в надлежащем состоянии, подготовке и реализации программ фестивалей, праздников и т.п., создании и реализации конкретного туристского продукта. В настоящее время

мя имеются лишь редкие примеры такого взаимодействия;

– в-четвертых, сельский туризм, как новый импульс развития региона, дает потенциальную возможность создания нового типа партнерства по его развитию, в которое, как видится, могут войти, например, такие потенциальные партнеры, как: Комитет сельского самоуправления, возможно, центры ремесел, музеи, а также местные жители, которые уже готовы к деятельности по приему туристов. Вполне очевидно также и то, что необходим наиболее заинтересованный и деятельный лидер в такой структуре сельского округа района или города [4].

Проведенный анализ позволил также определить и оценить факторы риска и перспективы развития сельского туризма. В целом, следует отметить, что реализация имеющегося потенциала территории, основанная на процессе развития сельского туризма на территории региона, неизбежно приведет к образованию внутрирегиональных экономических выгод и созданию эффекта мультипликатора, т.к. сельский туризм стимулирует не только развитие рекреационной сферы в сельской местности, но и сферы услуг, представленной отраслями хозяйственного комплекса региона – транспортом, связью, торговлей, производством продуктов питания и т.д.

Проведенная оценка проблематики и перспектив развития рынка сельского туризма в Белгородской области свидетельствует о важной роли туризма, основанного на использовании элементов истории народной жизни, как с точки зрения получения дохода, так и с точки зрения обеспечения условий для воссоздания природной и исторической среды. Именно поэтому для Белгородского региона культурный и народно-этнографический аспекты положены в основу развития сельского туризма.

Местным органам власти для решения социально-экономических проблем села рекомендуется развивать сельский туризм на территориях своих муниципальных образований. Для реализации целей развития сельского туризма Белгородская область имеет все предпосылки, т.к. территория области обладает достаточным ресурсным потенциалом в

виде природных ресурсов и уникального культурного наследия.

Анализ карты муниципальных образований показал, что туристские зоны и туристские маршруты тяготеют к наиболее ценным элементам природного наследия Белгородского региона – чистым рекам, лесным массивам, озерам и водоемам, а также к архитектурным комплексам малых городов и сел [5, 8].

Перспективы роста эффективности сельского туризма в основных направлениях социально-экономического развития территории связываются с переходом на инновационное социально-ориентированное экономическое развитие, что в свою очередь не может не сказаться на улучшении условий и качества жизни граждан, в том числе за счет развития инфраструктуры отдыха и сельского туризма, а также обеспечения качества и конкурентоспособности туристских услуг. Общественные территории сельских поселений, как и все другие территории, сосредотачивают в себе основную массу функций и рабочих мест обслуживания, культуры, досуга, образования, администрации и образуют функциональную и архитектурно-пространственную основу планировочного каркаса территории сельского поселения. Поэтому, повышение эффективности реализуемых мероприятий, направленных на организацию и дальнейшее развитие сельского туризма на территории, потребует решения ряда задач территориального планирования, что определяется:

- развитостью рационального пространственного каркаса;
- перспективностью функционального зонирования;
- планировочным районированием;
- применяемыми мерами по восстановлению, сохранению, использованию (охране) и воспроизводству потенциала природных ресурсов;
- развитостью социальной и производственной инфраструктуры на основе использования современных передовых технологий;
- развитостью рекреационно-туристской, транспортной и инженерной инфраструктуры, а также уточнением необходимых первоочередных мероприятий по реализации генерального плана, являющегося основой для формирования инвестиционных программ [5].

Совершенствование экономики и повышение эффективности сельского туризма в сельских поселениях должно осуществляться за счет использования местных природных, материальных и человеческих ресурсов, возрождения животноводческих ферм на месте ранее существовавших, использования свободных территорий бывших ферм для создания малых предприятий по первичной переработке и хранению сельхозпродукции. Последнее направление особенно важно, если учесть, что потребность в экологически чистой и качественной продукции растет со стороны туристов. Одной из задач социально-экономического развития, возможно первоочередных, является обеспечение экономически активного населения местами приложения труда. Сельский туризм дает дополнительные возможности в реализации данной задачи.

Диагностика перспектив сельского туризма в Белгородской области позволяет сформулировать следующие основные направления его развития:

– во-первых, развитие сельского туризма предполагает необходимость управленческих воздействий, как на окружающую среду, так и

на местное сообщество (санитарная очистка рек, благоустройство родников и т.д.);

– во-вторых, не менее значимым является необходимость преобразования сознания сельских жителей: активизация творческого потенциала, высокой духовной культуры;

– в-третьих, необходимо не просто содействовать развитию туризма, но и формировать привлекательный, конкурентоспособный туристский продукт;

– в-четвертых, развитие сферы сельского туризма не должно замыкаться на интересах туроператоров и туристов, а учитывать интересы сельского населения.

Сельский туризм, как вид деятельности, можно считать успешным лишь тогда, когда он оказывает заметное позитивное влияние на жизнь большинства жителей района. Развитие сельского туризма способствует решению задачи экономического, социального и духовного возрождения села. Туристская и смежная деятельность должны создавать новые рабочие места, повышать уровень благосостояния населения и при этом укреплять добрососедские отношения, способствовать формированию прочных духовных устоев [4]. С учетом указанных целевых установок нами сформирована модель повышения эффективности сельского туризма (рис. 4).

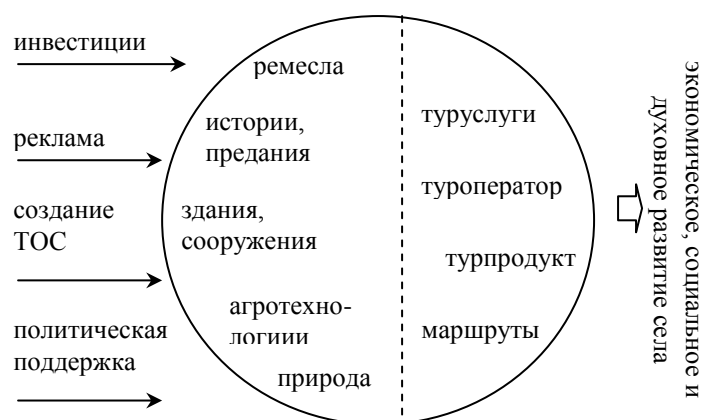


Рис. 4. Модель повышения эффективности сельского туризма на территории Белгородской области
Fig. 4. The model of increase of efficiency of rural tourism on the territory of Belgorod region

В качестве первоочередных направлений развития сельского туризма в регионе следует определить:

- поиск оптимальных моделей функционирования сельского туризма;
- разработку региональной концепции развития сельского туризма;
- организацию туристских центров по информационно-консультативному и образовательному обеспечению;
- создание в регионе современного высокоэффективного, конкурентоспособного и доходного агротуристского сектора на основе использования всех ресурсов сельской местности.

Основой оптимизации и определения перспектив развития сельского туризма в Белгородской области является функциональное зонирование территории и разработка конкретных рекомендаций по совершенствованию отрасли, осуществляемых в рамках комплексного географического подхода.

В качестве сдерживающих факторов развития сельского туризма в регионе следует отметить такие факторы, как:

- недостаточность развитой материальной базы сельского туризма;
- несоответствие между качеством и ассортиментом предоставляемых услуг и их высокой стоимостью;
- недостаточность продвижения турпродуктов на внутреннем и внешнем туристских рынках;
- несоответствие требованиям и ожиданиям туристов квалификации персонала объектов сельского туризма;
- низкая информированность населения о наличии объектов сельского туризма и так называемый «нерекреационный имидж» Белгородской области, связанный с отсутствием на ее территории некоторых специфических рекреационных объектов (морского побережья, гор и т.п.);
- пассивность и экономическая неграмотность сельского населения;
- состояние окружающей среды в некоторых районах Белгородской области. Развитие хозяйственного комплекса является серьезным источником антропогенного воздействия на нее. Эти воздействия проявляются в виде отвалов, карьеров, выбросов и др. Наиболее

проблемные в этом отношении Старооскольский и Губкинский районы. Проблема заключается в том, что горнодобывающие предприятия Лебединско-Стойленской группы КМА непосредственно примыкают к объекту экологического туризма (участку заповедника «Ямская степь») и приводят к перестройке его природных компонентов. Что касается сельского туризма, то именно в этих районах из-за существующих проблем нет сельских усадеб и предпосылок к их возникновению;

– отсутствие единой информационной базы и площадки для обмена опытом. Слабая информационная база туризма также не способствует развитию туристско-рекреационной отрасли. В области необходимо развивать информационную базу для местного населения и зарубежных гостей не только для сельского туризма и его направлений в связи с наличием на территории природных памятников, множества исторических усадеб и т. д. [9].

Основной задачей, решающей вопрос привлечения туристов, отдающих предпочтение сельскому туризму, является повышение узнаваемости Белгородской области. Успех и ощутимые результаты в области привлечения туристов во многом зависят от заинтересованности и слаженной работы органов власти, владельцев гостевых домов и объектов сельского туризма, местного населения, туристских предприятий и общественных организаций. При этом важным инструментом, способствующим привлечению туристов в область и развитию сельского туризма, является создание информационных систем, с помощью которых потребитель смог бы получить упорядоченные систематизированные знания о сельской местности и объектах, находящихся в пределах указанной местности.

В целом, активное развитие сельского туризма поможет не только решению задач, стоящих перед селом, но и созданию конкурентоспособного туристского продукта Белгородской области с учетом региональной специфики, что в свою очередь позволит обеспечить эффективное развитие альтернативных видов деятельности. Белгородская область при условии создания информационной базы ресурсов сельского туризма может и должна использоваться для развития как классического

направления сельского туризма, так и смешанных его видов.

В качестве дополнительных условий роста эффективности сельского туризма целесообразно рассмотреть мероприятия, повышающие конкурентоспособность гостевых услуг, как то:

1) умение оказывать экскурсионные услуги – необходимо постоянно повышать уровень обслуживания через образовательные курсы: оригинальная экскурсионная услуга – это магнит гостевого дома и дополнительный источник дохода (начиная с 2013 года экскурсионные услуги сертифицируются);

2) возможность оказать транспортные услуги. В этом случае следует обратить внимание на наличие у водителя лицензии на пассажирские перевозки (в случае групповой поездки).

С целью реализации и защиты своих прав и законных интересов в области туризма субъекты туристской деятельности могут создавать неприбыльные организации в сфере туристской деятельности, а также общественные организации туристской направленности. Неприбыльные организации в области туризма могут направлять свою деятельность на:

- формирование и распространение информации о туристских ресурсах;
- подготовку предложений относительно развития туризма, курортно-рекреационной сферы, охраны туристских ресурсов, их сохранения и восстановления, порядка использования;
- популяризацию сельского туризма и содействие его развитию;
- разработку собственных стандартов туристского, гостиничного, экскурсионного и другого обслуживания, одобрение кодексов и правил профессиональной этики;
- внедрение собственных систем контроля качества осуществления туристской деятельности;
- предложение для общего использования юридическими лицами и гражданами-

предпринимателями, которые предоставляют туристские услуги, товарных знаков для товаров и услуг;

– усовершенствование образовательных программ по профессиональному обучению в области туризма, повышение уровня профессиональной подготовки работников и специалистов в области туризма;

- саморегулирование в области туризма;
- реализацию и защиту общих прав и интересов участников туристской деятельности;
- решение других задач, которые не противоречат законодательству РФ.

Общественные организации туристской направленности могут соответственно закону представлять интересы граждан – потребителей туристских услуг. Такие организации функционируют как на национальном, так и на региональном уровнях. Являясь некоммерческими организациями, они защищают корпоративные интересы своих членов и права потребителей. Важнейшей задачей их функционирования считается формирование в стране туристского рынка и содействие развитию отечественной туристской индустрии на национальном и региональном уровнях [5].

Таким образом, для Белгородской области сельский туризм может выступать как инструмент поддержания устойчивости территории. Развитие туризма представляется одним из существенных факторов устойчивого развития сельских местностей. Сельский туризм называют альтернативным видом туризма, т.к. он позволяет решить сопутствующие проблемы: занятость сельского населения, сокращение миграции сельской молодежи в город, увеличение туристского сезона, доступность отдыха по стоимости. Следовательно, сельский туризм способствует социально-экономическому развитию региона.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Королева, И. С. Перспективы развития экологического и сельского туризма в Белгородской области / И. С. Королева // Социальная экология в изменяющейся России: проблемы и перспективы: материалы межрегион. (с междунар. участием) научно-практич. конф. Белгород. Ч. II. 2007. С. 93-97.
2. Королева, И. С. Потенциал развития сельского туризма в ЦЧР / И. С. Королева // Проблемы региональной экологии. 2012. № 2. С. 59-65.
3. Королева, И. С. Сельский туризм в Белгородской области / И. С. Королева // Материалы V международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: инновации и ГИС технологии». Астрахань, 2012. С. 54-59.
4. Лихошерстова, Г. Н. Теоретико-методологический подход разработки стратегии управления развитием сельского туризма в регионе: монография / Г. Н. Лихошерстова, А. Ю. Лихошерстов. Белгород, 2012. 155 с.
5. Лихошерстова, Г. Н. Теоретические аспекты управления формированием туристско-рекреационного кластера в регионе / Г. Н. Лихошерстова, А. Ю. Лихошерстов, О. В. Ваганова // Научное обозрение. 2013. № 3. С. 293-296.
6. Мозгунов, Н. А. Географические факторы развития сельского туризма в Центральной России / Н. А. Мозгунов. М. : Вестник МГУ, 2011. 110 с.
7. Нечай, Е. В. Характеристика основных факторов развития сельского туризма в Брестской области / Е. В. Нечай // Туризм и региональное развитие. Вып. 4. Сб. научных статей. Смоленск : Универсум, 2006. С. 283-287.
8. Петин, А. Н. Оценка рекреационного потенциала староосвоенного региона (на примере Белгородской области) : учеб. пособие для вузов / А. Н. Петин, И. С. Королева, М. Е. Корнеев ; под общ. ред. А. Н. Петина. Белгород : ИПК НИУ БелГУ, 2011. 168 с.
9. Петин, А. Н. Сельский туризм: проблемы и перспективы развития / А. Н. Петин, И. С. Королева // Туризм как межотраслевой комплекс экономики региона: материалы всероссийской научно-практической конференции. – Махачкала, 2010.

References

1. Koroleva, I. S. (2007), «*Prospects of development of ecological and rural tourism in Belgorod region*» / I. S. Koroleva // Social ecology in a changing Russia: problems and prospects: materials of the Interregional (with intern. participation) Scientific and Practical. Conf. Belgorod. Part II. Pp. 93-97. Russia.
2. Koroleva, I. S. (2012), «*Potential of rural tourism development in the Central Chernozem region*» / I. S. Koroleva // Problems of regional ecology. №. 2. Pp. 59-65. Russia.
3. Koroleva I. S. (2012), «*Rural tourism in Belgorod region*» / I. S. Koroleva // Materials of the V International Scientific-practical Conference «Tourism and recreation: innovation and GIS technology». Astrakhan. Pp. 54-59. Russia.
4. Likhosherstova, G. N. (2012), «*The theoretical and methodological approach of a project management strategy development of rural tourism in the region*»: monograph / G. N. Likhosherstova, A. J. Likhosherstov. Belgorod. 155 p. Russia.
5. Likhosherstova, G. N. (2013), «*Theoretical aspects of the formation of the tourism cluster in the region*» / G. N. Likhosherstova, A. J. Likhosherstov, O. V. Vaganova // The Scientific review. № 3. Pp. 293-296. Russia.
6. Mozgunov, N. (2011), «*Geographical factors in the development of rural tourism in Central Russia*» // N. A. Mozgunov. Moscow : The Bulletin of Moscow State University. 110 p. Russia.
7. Nechay, E. V. (2006), «*Characteristics of the main factors of rural tourism development in Brest region*» / E. V. Nechay // Tourism and regional development. Vol. 4. A collection of scientific articles. Smolensk: Universum. Pp. 283-287. Russia.
8. Petin, A. N. (2011), «*Evaluation of the recreational potential of the old-developed region (on the example of Belgorod region)*» : pract. manual for universities / A. N. Petin, I. S. Koroleva, M. E. Korneev; Ed. by A. N. Petina. Belgorod: IPC NIU BSU. 168 p. Russia.
9. Petin, A. N. (2010), «*Rural tourism: problems and prospects*» / A. N. Petin, I. S. Koroleva // Tourism as an interdisciplinary complex of the regional economy: materials of all-Russian scientific-practical conference. Makhachkala. Russia.

Лихошерстова Галина Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса института управления, Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Likhosherstova Galina Nikolaevna PhD in Economics, Associate Professor, Department of Tourism and Socio-cultural Service, Institute of Management, Belgorod State National Research University

Королева Инна Сергеевна, кандидат географических наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса института управления, Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Koroleva Inna Sergeevna PhD of Sciences in Geography, Associate Professor, Department of Tourism and Socio-cultural Service, Institute of Management, Belgorod State National Research University

Ясенюк Светлана Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса института управления, Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Yasenok Svetlana Nikolaevna, PhD in Economics, Associate Professor, Department of Tourism and Socio-cultural Service, Institute of Management, Belgorod State National Research University

УДК 379.83:631.95

DOI: 10.18413/2408-9346-2017-3-3-40-51

Нурулы Е.¹
Актымбаева А. С.²

**ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА
В ЗАПАДНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

¹⁾ Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби), пр. аль-Фараби, 71, ГУК-6, г. Алматы, 050040, Казахстан. *eldar_nuruly@mail.ru*

²⁾ Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби), пр. аль-Фараби, 71, ГУК-6, г. Алматы, 050040, Казахстан. *aliya.aktymbayeva@kaznu.kz*

Аннотация. Западно-Казахстанская область (ЗКО) имеет достаточный ресурсный потенциал и перспективы развития для видов агротуризма. Агротуризм способствует решению таких проблем, как увеличение занятости сельского населения, повышение доходов и культурного уровня местного населения, развитие рынков и инфраструктуры территории. Большое значение в формировании благоприятных возможностей для развития и территориальной организации видов агротуризма принадлежат растениеводству и животноводству сельского хозяйства. В связи с этим, в данной статье авторами дается оценка возможности развития и территориальной организации видов современного агротуризма в области растениеводства и животноводства в разрезе административных районов Западно-Казахстанской области. Кроме того, определены уровни возможностей для развития и территориальной организации агротуризма в ЗКО и уровни возможностей на основе местной ресурсной базы. Рассматриваются также понятие агротуризма и его взаимосвязь с сельским хозяйством, роль в экономике сельской местности в территориальном аспекте.

Ключевые слова: агротуризм; сельский туризм; сельские территории; Западно-Казахстанская область (ЗКО); сельское хозяйство; растениеводство; животноводство.

UDC 379.83:631.95

Nuruly E.¹
Aktymbayeva A. S.²

**APPLIED ASPECTS OF AGROTOURISM DEVELOPMENT
IN WEST KAZAKHSTAN REGION
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN**

¹⁾ Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farbi KazNU), 71 Ave. Al-Farabi, MAB 6, Almaty, 050040, Kazakhstan. *eldar_nuruly@mail.ru*

²⁾ Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farbi KazNU), 71 Ave. Al-Farabi, MAB 6, Almaty, 050040, Kazakhstan. *aliya.aktymbayeva@kaznu.kz*

Abstract. West Kazakhstan region (WKR) has a sufficient resource potential and prospects of development of this kind of tourism. Agrotourism promotes the solution of such problems as increasing the employment of the rural population, raising the incomes and cultural level of the local population, developing markets and infrastructure of the territory. Great importance in shaping the opportunities for development and territorial organization of the species agritourism belong to the plant-growing and livestock farming. In this connection, the authors of the article assess the opportunities for development and territorial organization of kinds of modern agritourism in the field of plant-growing and livestock production in the context of the administrative districts of West Kazakhstan region. In addition, the levels of opportunities for development and territorial organization of agritourism in the West Kazakhstan and the levels of capability based on local resource base have been determined. The concept of agrotourism and its interrelation with agriculture, the role in the economy of rural areas in the territorial aspect are also considered.

Keywords: agrotourism; rural tourism; rural areas; West Kazakhstan region (WKR); agriculture; plant-growing; livestock.

Введение. Агротуризм – одно из модных и быстро развивающихся направлений в современном туризме, получившее признание общественности в большинстве европейских стран во второй половине прошлого столетия. В Казахстане, к сожалению, такой вид туризма еще не развит, но есть потенциальные возможности его развития. Казахстан располагает богатыми ресурсами, рациональное использование которых позволит разнообразить турпродукт и создаст дополнительную статью доходов в бюджет республики. Кроме того, агротуризм способствует:

- развитию средних и малых частных предприятий;
- дальнейшему строительству дорог, домов и клубов;
- сокращению безработицы на селе;
- дополнительному росту доходов сельского населения;
- развитию таких видов туризма, как приключенческий, паломнический, этнографический;
- освоению новых инновационных технологий по производству и переработке сельскохозяйственного сырья;
- созданию специализированных агротуристских аулов;
- дальнейшему развитию и использованию природных, исторических ресурсов сельской местности;
- распространению информации среди сельчан о видах туризма, бизнеса, технологии;
- рациональному использованию природных и социально-экономических ресурсов и т.д.

Агротуризм объединяет широкий спектр видов туризма, основанных на использовании природных, исторических и других ресурсов сельской местности. По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО) ежегодно в мире его выбирают от 12 до 30% путешественников. Если указанные цифры характеризуют международный туризм, то количество внутренних агротуристов в отдельных

странах значительно превышает данные показатели. В странах Западной Европы и США агротуризм за последние 25 лет превратился в самостоятельную и высокодоходную отрасль местной экономики. ЮНВТО определяет агротуризм как одно из пяти основных стратегических направлений до 2020 года [1, 2].

Цель работы – изучить прикладные аспекты развития и пространственной организации агротуризма в Западно-Казахстанской области Республики Казахстан.

Материалы и методы исследования. Теоретической и методологической основой исследования явились фундаментальные и прикладные научные труды зарубежных и отечественных ученых в сфере агротуризма, материалы научной и периодической печати, интернет-ресурсы, статистические данные, законодательные акты и нормативно-правовые документы. Особо необходимо отметить следующие источники данных: материалы НИР: «Концептуальные подходы активизации сельских территорий Республики Казахстан посредством развития агротуризма» (научный руководитель – д.г.н., проф. Ермавлетов С.Р.), статистические данные Комитета статистики Министерства национальной экономики Республики Казахстан и Департамента статистики Западно-Казахстанской области (ЗКО), данные управления сельского хозяйства ЗКО.

Исследование основано на общенаучных и специальных методах, учитывающих специфику проблемы. Имеется множество формулировок агротуризма и его разновидностей, а также моделей его развития в разных странах. Из общенаучных методов применены: системный анализ и синтез, метод деконструкции, сравнительный, структурно-логический анализ, контент-анализ научной литературы, математический метод, эмпирические методы исследования, аналитический, картографический методы.

Результаты исследования и их обсуждение. Агротуризм предполагает временное проживание туристов в сельской местности с целью отдыха. Обязательным условием для туристов является то, что они

должны быть размещены в сельской местности, в которой нет многоэтажных застроек и отсутствует промышленность. Связи с этим, для определения потенциала развития агротуризма в ЗКО проанализировано современное состояние сельского хозяйства и административно-территориального устройства области на основе статистических и исследовательских данных.

По данным Департамента статистики Западно-Казахстанской области на начало 2016 года численность населения составила 636 875 человек. В городах живут 317 203 человек (49,8%), в сельской местности – 319 672 человек (50,2%). Территория области – 151 339 км². В настоящее время в систему административно-территориального

устройства области входят 12 административных районов, 156 аульных (сельских) округов, 3 поселковых округа, один город (г. Уральск) областного значения и один город (г. Аксай) районного значения, 475 сельских населенных пунктов.

Валовой выпуск продукции (услуг) сельского хозяйства в январе-декабре 2015 года в целом по области составил 91 827,4 млн. тенге, в том числе продукция растениеводства – 33 607,8 млн. тенге, животноводства – 57 857,3 млн. тенге. Индекс физического объема валовой продукции к соответствующему периоду прошлого года составил 96,1%, растениеводства – 85,3%, животноводства – 103,6% [3]. Структура сельскохозяйственного производства приведена в табл. 1.

Таблица 1

Валовый выпуск продукции сельского хозяйства за 2015 год [3]

Table 1

Gross output of agricultural products in 2015 [3]

Административные районы	Валовой выпуск, млн. тенге			
	всего	из него:		позиция внутреннего рейтинга по производству
		продукция растениеводства	продукция животноводства	
Западно-Казахстанская область	91 827,4	33 607,8	57 857,3	
Акжайыкский	11 081,8	3 733,3	7 337,2	2
Бокейординский	6 289,9	2 392,7	3 875,2	6
Бурлинский	5 116,3	2 057,7	3 050,4	8
Жангалинский	7 055,8	2 573,9	4 444,0	5
Жанибекский	4 149,4	1 034,4	3 107,3	11
Зеленовский	16 388,0	8 369,5	7 984,7	1
Казталовский	9 871,8	2 491,0	7 372,0	3
Каратобинский	3 735,1	863,0	2 862,3	12
Сырымский	6 110,5	2 187,2	3 907,5	7
Таскалинский	4 977,5	1 372,3	3 600,1	9
Теректинский	8 206,4	2 910,1	5 238,9	4
Чингирлауский	4 660,3	1 321,4	3 331,7	10

Современные виды агротуризма, применяемые на практике, можно представить в

довольно хорошо структурированном виде (рис. 1) [4].



Рис. 1. Разновидности современного агротуризма
Fig. 1. Kinds of modern agrotourism

Агротуризм базируется на пользование туристами разных ресурсов сельской местности, которыми зачастую являются продукция растениеводства и животноводства сельского хозяйства. Туристы живут в деревенских домах, знакомятся с местной культурой и обычаями, принимают участие в выращивании растений или ухаживают за животными и др. В связи с этим, необходимо в отдельности рассмотреть возможности развития и территориальной организации видов агротуризма в ЗКО в сферах растениеводства и животноводства.

Возможности развития и территориальной организации видов агротуризма в области растениеводства. Большое значение в формировании благоприятных возможностей для развития и территориальной организации видов агротуризма принадлежит растениеводству. Растениеводство области представлено выращиванием зерновых, масличных, кормовых культур, картофеля и овощебахчевых культур.

Площади под посевы сельскохозяйственных культур занимают лишь небольшую территорию области, в потенциале является возможным увеличение доли посевных площадей. Согласно оперативным сводкам районов

и города Уральск за 2015 год под сельскохозяйственные культуры занято 488,2 тыс. га, что составляет 3,23% площади территории области. ЗКО занимает 11 место по показателю уточненной посевной площади сельскохозяйственных культур в разрезе областей РК. Влагоресурсосберегающая технология внедрена на площади 249 тыс. га или 96,4% посевной площади всех зерновых культур. Система капельного орошения применена на площади 335 га [3, 5].

Вышеприведенные данные можно представить в виде диаграммы (рис. 2), где наглядно можно продемонстрировать доли посевных площадей области в разрезе районов [6].

В сельском хозяйстве животноводство преобладает над растениеводством. Тем не менее, область вполне успешно выращивает некоторые виды растениеводства, выращивание которых будет иметь интерес для внутренних и иностранных агротуристов. Как показано на рисунке 3, из сельскохозяйственных культур преобладают зерновые культуры, которые занимают 53,3% из всех видов выращиваемых на данной территории [7].

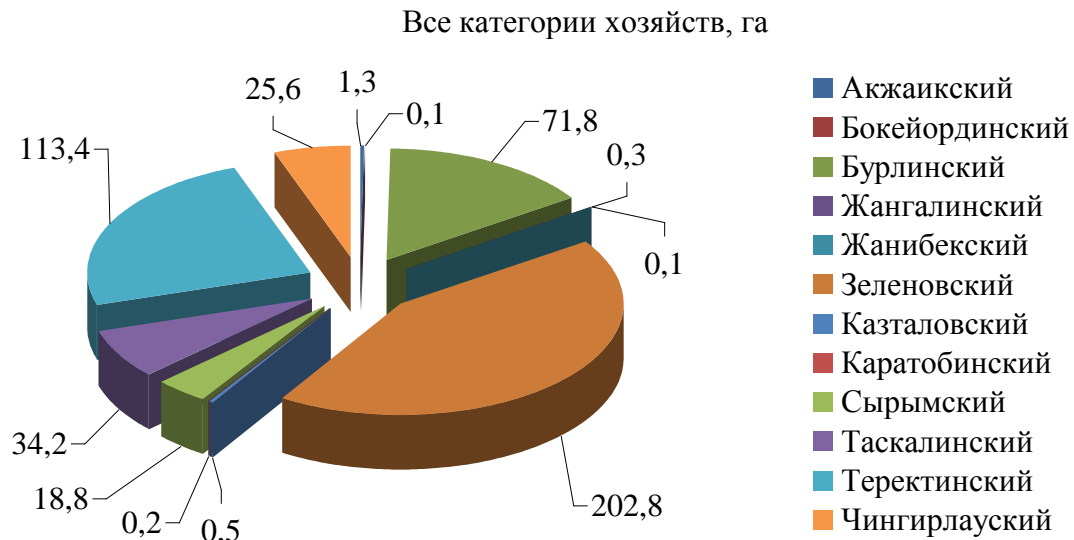


Рис. 2. Посевная площадь растениеводства по всем категориям хозяйства в разрезе районов ЗКО
Fig.2. Cultivated area of crop production by all categories of economy in the context of WKO districts

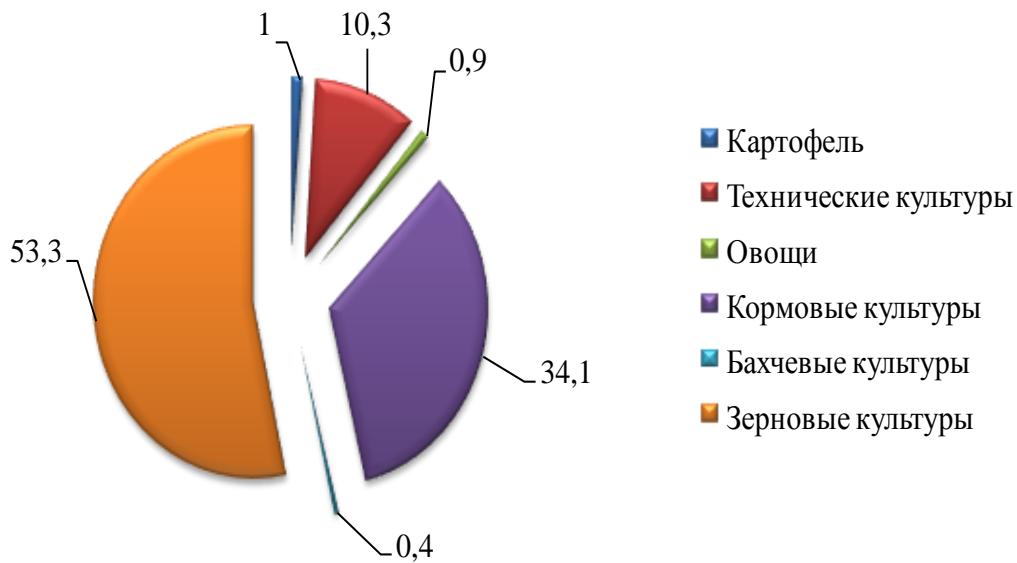


Рис. 3. Соотношение всех видов растениеводства ЗКО, %
Fig. 3. Ratio of all types of crop production of WKO, %

Растениеводство более чувствительно к почвенному плодородию, требует больших затрат труда, наличия достаточного количества сельскохозяйственной техники. При дефиците перечисленного агроэкологическая ситуация в области ухудшилась, растения стали больше угнетаться сорняками, повреждаться болезнями и вредителями, что, в свою очередь, негативно сказывается на развитии агротуризма в области растениеводства. Следовательно, растениевод-

ство в ЗКО нуждается в больших объемах защитных мероприятий. Несмотря на достаточно жесткие природно-климатические условия региона, земледельцы края, опираясь на разработки научных учреждений и собственный опыт, добиваются в целом неплохих результатов. Наряду с этим следует отметить, что далеко не все еще существующие возможности для роста сельскохозяйственного производства используются. Современное состояние растение-

водства ЗКО должно совершенствоваться с использованием ресурсосберегающих технологий и технологий точного земледелия, в основе которых лежат принципы максимально эффективного и бережного использования природных ресурсов [8, 9].

Полный спектр агротуристских услуг (агрогостеприимство, агрогастрономия, соб-

ственно агротуризм, прямая продажа, агроотдых, агроспорт, агроразвлечение, агротерапия, агроэтнография) опирается на интегральный потенциал территории. В таблице 2 приведены сведения о возможностях развития и территориальной организации видов агротуризма на основе растениеводства.

Таблица 2

Оценка возможностей развития и территориальной организации видов агротуризма на основе растениеводства в Западно-Казахстанской области

Table 2

Assessment of opportunities of development and the territorial organization of types of agrotourism on the basis of crop production in the West Kazakhstan region

Административные районы	Агрогостеприимство	Агрогастрономия	Собственно агротуризм	Прямая продажа	Агроотдых	Агроспорт	Агроразвлечение	Агротерапия	Агроэтнография
Акжаикский	○	●	▲	○	●	▲	▲	▲	▲
Бокейординский	■	▲	□	○	▲	▲	□	■	■
Бурлинский	▲	▲	□	○	■	■	□	□	□
Жангалинский	▲	●	▲	○	■	■	○	□	▲
Жанибекский	□	■	□	○	□	■	□	□	□
Зеленовский	●	●	●	○	○	●	●	●	○
Казталовский	○	○	■	○	■	■	■	■	■
Каратобинский	□	■	□	○	□	□	□	□	□
Сырымский	○	○	□	○	■	■	▲	□	□
Таскалинский	■	▲	□	○	□	□	□	■	□
Теректинский	○	●	○	○	○	▲	▲	□	■
Чингирлауский	■	■	□	○	□	■	□	□	□

Примечание: ● – очень высокий уровень возможностей; ○ – высокий уровень возможностей; ▲ – средний уровень возможностей; ■ – низкий уровень возможностей; □ – очень низкий уровень возможностей.

Интегральный уровень возможностей для развития и территориальной организации видов агротуризма на основе растениеводства следующий: высокий – Зеленовский, Акжаикский, Теректинский, Жангалинский районы; средний – Казталовский, Бокейординский, Сырымский, Бурлинский районы; низкий – Таскалинский, Чингирлауский, Жанибекский, Каратобинский районы.

Возможности развития и территориальной организации видов агротуризма в области животноводства. Животноводство прямо и косвенно участвует в формировании благоприятных возможностей для развития и территориальной организации видов агротуризма. Оно занимает лидирующее положение в сравнении с растениеводством. Особенно развиты такие направления

животноводства, как тонкорунное и каракулевое овцеводство, коневодство, верблюдоводство. Территория является одним из крупнейших регионов в республике по племенному животноводству, располагающих наиболее ценным генофондом мясного скота казахской белоголовой и герефордской пород, едильбаевской породы мясо-сального направления и акжайкской мясо-шерстной породы овец, кушумской породы лошадей продуктивного направления и уникальным поголовьем верблюдов породы казахский бактриан.

По данным Департамента статистики ЗКО на 01 января 2016 года насчитывалось: крупного рогатого скота (КРС) – 469 001, овец – 932 562, коз – 193 677, лошадей – 131 109, верблюдов – 2 808, свиней – 25 839,

домашней птицы – 845 150. Общее количество скота и птицы составило 2 600146 голов [3].

Вышеприведенные данные можно продемонстрировать в виде диаграммы (рис. 4), где четко прослеживается процентное соотношение (доли) видов скота и птиц к общему поголовью в ЗКО [3].

Природно-климатические условия являются благоприятными для развития животноводства и являются основным фактором, в особенности, для южных регионов. Решаю-

щую роль играет государственная поддержка отрасли в рамках программы «Агробизнес – 2020» [10]. Во всех категориях хозяйств за январь-август 2016 года забито в хозяйстве или реализовано скота и птицы на убой (в живой массе) 48,0 тыс. тонн (103,2% к уровню аналогичного периода 2015 года), надоено молока коровьего 171,2 тыс. Тонн (104,1%), произведено куриных яиц 102,8 млн штук (100,1%) [11].

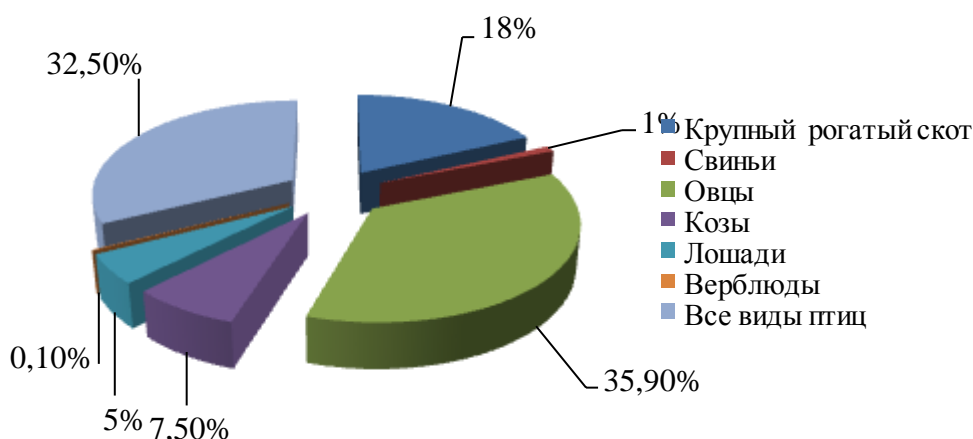


Рис. 4. Соотношение видов скота и птиц, %

Fig.4. Ratio of livestock and poultry species in the context of WKO districts, %

В табл. 3 приведены сведения о возможностях развития и территориальной

организации видов агротуризма на основе животноводства.

Таблица 3

Оценка возможностей развития и территориальной организации видов агротуризма на основе животноводства в Западно-Казахстанской области

Table 3

Assessment of opportunities of the development and territorial organization of types of agrotourism on the basis of livestock production in the West Kazakhstan region

Административные районы	Агрогостеприимство	Агрогастрономия	Собственно агротуризм	Прямая продажа	Агроотдых	Агророспорт	Агроразвлечение	Агротерапия	Агроэтнография
Акжайыкский	●	●	○	○	▲	○	▲	○	▲
Бокейординский	■	○	▲	○	○	▲	□	□	○
Бурлинский	■	▲	□	○	■	■	□	□	■
Жангалинский	○	●	○	○	□	▲	▲	■	▲
Жанибекский	▲	▲	■	○	■	■	□	□	□
Зеленовский	●	●	●	○	○	○	▲	○	▲
Казталовский	●	●	○	○	●	○	○	▲	■
Каратобинский	□	■	▲	○	□	■	□	□	□
Сырымский	■	▲	▲	○	▲	○	○	□	▲
Таскалинский	▲	○	□	○	○	○	□	■	□
Теректинский	●	●	▲	○	▲	○	■	▲	■

Административные районы	Агрогостеприимство	Агрогастрономия	Собственно агротуризм	Прямая продажа	Агроотдых	Агророспорт	Агроразвлечение	Агротерапия	Агроэтнография
Чингирлауский	▲	▲	■	○	■	■	□	▲	□

Примечание: ● – очень высокий уровень возможностей; ○ – высокий уровень возможностей; ▲ – средний уровень возможностей; ■ – низкий уровень возможностей; □ – очень низкий уровень возможностей.

Интегральный уровень возможностей развития и территориальной организации видов агротуризма на основе животноводства следующий: высокий – Зеленовский, Казталовский, Акжайкский и Теректинский районы; средний – Жангалинский, Сырымский, Бокейординский и Таскалинский районы; низкий – Чингирлауский, Жанибекский, Бурлинский и Каратобинский районы.

Заключение. В настоящее время сферы экономики и предпринимательства ЗКО мало подготовлены к развитию агротуризма, хотя и имеют черты многофункциональности, включая инфраструктурные составляющие

несельскохозяйственного бизнеса. Преимущественно деятельность экономически активного населения сосредоточена на переработке сельскохозяйственной продукции, заготовке дикоросов, строительстве и услугах для сельскохозяйственных предприятий, а также обеспечении производственного процесса в сельском и рыбном хозяйстве. Рис. 5 иллюстрирует результаты оценки возможностей развития и территориальной организации агротуризма в ЗКО на основе растениеводства и животноводства согласно трехбалльной шкале: высокие, средние, низкие.

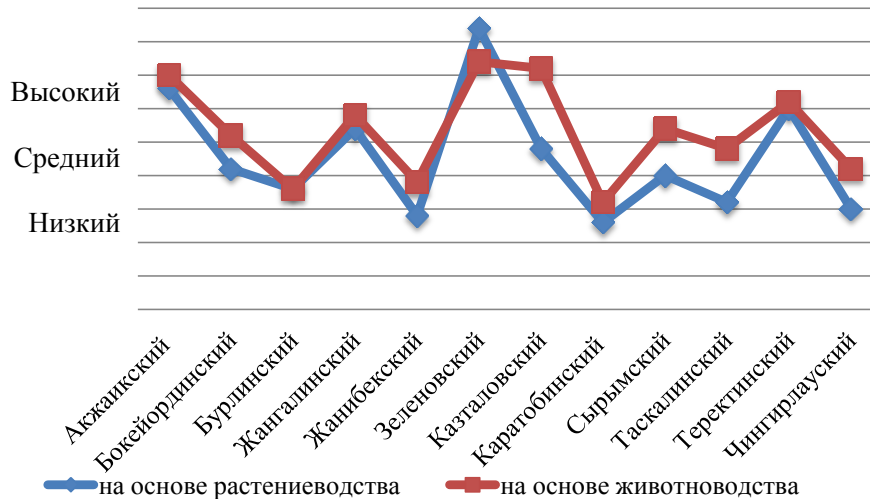


Рис. 5. Уровни возможностей развития и территориальной организации агротуризма в Западно-Казахстанской области

Fig.5. Levels of opportunities of the development and territorial organization of agrotourism in the West Kazakhstan region

На рис. 6 представлены результаты оценки согласно критерию связи возможностей развития агротуризма с местной ресурсной базой в разрезе административных районов Западно-

Казахстанской области. В целом оценка требует серьезного дополнительного изучения методами анкетирования или интервьюирования жителей сельской местности.



Рис. 6. Уровни возможностей развития агротуризма на основе местной ресурсной базы
Fig.6. Levels of development opportunities for agrotourism based on local resource base

На основе представленных данных создана карта, отражающий потенциал развития агротуризма в Западно-Казахстанской области в разрезе административных районов. Проведена оценка территорий согласно четырехбалльной шкале: низкий – 1 балл, средний – 2 балла, выше среднего – 3 балла, высокий – 4 балла. Согласно рисунку 7 наивысший потенциал развития агротуризма имеет Зеленовский район, который в сравнении с другими районами лидирует практически по всем параметрам как в области растениеводства, так и животноводства. Потенциал развития на уровне выше среднего имеют три района: Акжаикский, Теректинский и Казталовский районы. Средний уровень у четырех районов: Бурлинский, Сырымский, Жангалинский и Бокейординский районы. Наименьшие баллы у 4 районов: Таскалинский, Чингирлауский, Жанибекский и Каратобинский районы.

Развитие сельского хозяйства в Западно-Казахстанской области имеет свои характерные черты и особенности, присущие только сельскому хозяйству этой области. Данные черты и особенности являются конкурентными преимуществами перед другими странами

и регионами в развитии агротуризма. Туристов привлекает все новое и неизведанное, так как они хотят попробовать туристский продукт, отличный от того, который они уже потребовали.

Западно-Казахстанская область обладает богатым природным, культурно-историческим и этнографическим потенциалом, имеет большие возможности для развития сельского туризма. Активизация сельского туризма позволяет сформировать комплексный туристский продукт, способствующий устойчивому развитию сельских территорий посредством увеличения доходов местного населения, создания рабочих мест, поддержки традиций, народных промыслов и ремесел. Таким образом, агротуризм является подходящим инструментом для возвращения к жизни приходящих в упадок сельских районов ЗКО и для обеспечения их самостоятельного будущего путем сохранения или даже создания новых рабочих мест, расширения видов работ и услуг, поддержки фермерства, культурного обеспечения, поддержания пейзажа и природы, а также сельских искусств и ремесел с целью привлечения туристов.

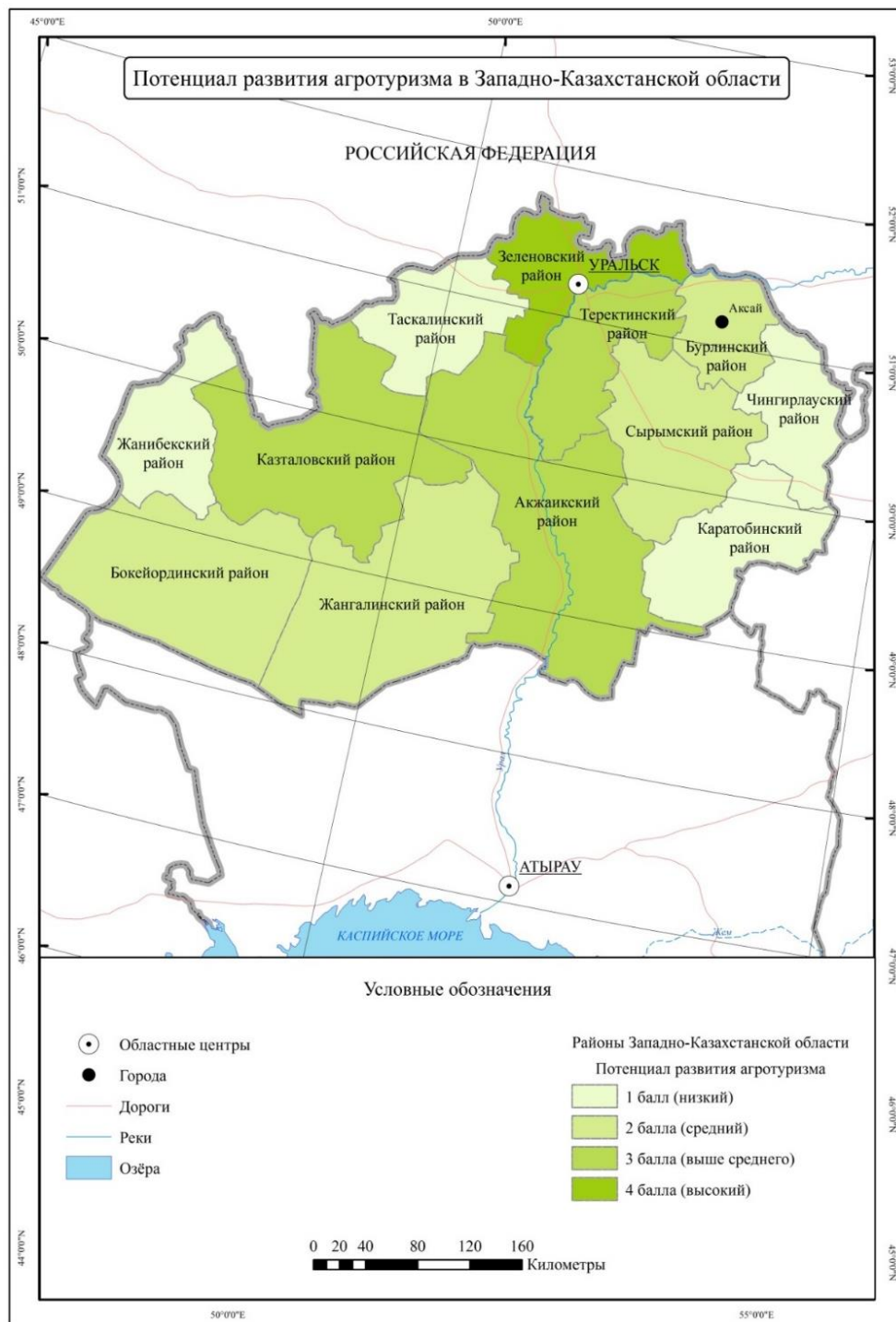


Рис. 7. Карта «Потенциал развития агротуризма в Западно-Казахстанской области»
Fig. 7. Map «Potential of Development of Agrotourism in the West Kazakhstan Region»

В рамках данной работы авторами было сделано следующее:

- проведен анализ статистических данных, научно-практических результатов в области агротуризма и сельского хозяйства;
- раскрыты сущность и особенности развития агротуризма в ЗКО;
- дана оценка возможностей для развития и территориальной организации видов агротуризма на основе животноводства и растениеводства в разрезе административных районов ЗКО;
- определены уровни возможностей для развития агротуризма на основе местной ресурсной базы ЗКО;
- подготовлена карта «Потенциал развития агротуризма в Западно-Казахстанской области».

Статья подготовлена в рамках реализации научно-исследовательского проекта по линии МОН РК «Концептуальная модель активизации сельских территорий Республики Казахстан посредством развития агротуризма».

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Официальная интернет-страница Всемирной туристской организации (World Tourism Organization – UNWTO) [электронный ресурс] // URL: <http://www2.unwto.org/> (дата обращения 03.09.2016).
2. Баканова, А. А. Формирование и реализация системы развития сельского туризма в регионе: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Санкт-Петербург, 2005. 125 с.
3. Данные Департамента статистики Западно-Казахстанской области Комитета статистики МНЭ РК. [электронный ресурс] // URL: <http://www.stat.gov.kz/faces/zko> (дата обращения 03.09.2016).

4. Отчет о научно-исследовательской работе / № 0603/ГФ4 «Концептуальная модель активизации сельских территорий Республики Казахстан посредством развития агротуризма». – Алматы, 2016. – 120 с.

5. ГУ «Управление сельского хозяйства Западно-Казахстанской области». Справка о состоянии АПК за 2014, 2015 и 2016 годы [электронный ресурс] // URL: <http://selhoz-bko.gov.kz> (дата обращения 03.09.2016).

6. Мониторинг развития села. Ежеквартальный статистический сборник Западно-Казахстанской области. Уральск, 2016. 50 с.

7. Краткий статистический справочник. Уральск: Департамент статистики Западно-Казахстанской области Комитета Статистики МНЭ РК, 2016. 80 с.

8. Программа развития территории ЗКО на 2016-2020 годы / Решение № 29-4 сессии областного Маслихата от 09.12.2015 г.

9. Насиев, Б. Н. Научное обоснование совершенствования системы возделывания зерновых и кормовых культур в условиях Западного Казахстана: дисс. ... д-р-рас./х. наук: 06.01.09. Алматы, 2006. 371 с.

10. Программа по развитию агропромышленного комплекса в Республике Казахстан на 2013-2020 годы «Агробизнес-2020» / Постановление Правительства Республики Казахстан от 18 февраля 2013 года № 151.

11. Основные показатели развития сельского хозяйства ЗКО [электронный ресурс] // URL: <http://zhaikpress.kz/?p=31183&lang=ru> (дата обращения 03.09.2016).

References

1. *The Official website of the World Tourism Organization (UNWTO)* [Electronic resource] // URL: <http://www2.unwto.org/> (date of access: 03.09.2016). Spain.
2. Bakanova, A. A. (2005), «*Formation and implementation of the system of rural tourism development in the region*»: diss. ... cand. econ. Sciences: 08.00.05. St. Petersburg. 125 p. Russia.
3. *Data of the department of statistics of the West Kazakhstan Region of the statistics committee of the ministry of education and science of the republic of Kazakhstan* (2016) [Electronic resource] // URL: <http://www.stat.gov.kz/faces/zko> (date of access: 03.09.2016). Russia.

4. *Report on research work* (2016) / № 0603 / GF4 «Conceptual Model of Activation of Rural Areas of the Republic of Kazakhstan through the development of agro-tourism». Almaty. 120 p. Kazakhstan.

5. *GU «Agricultural Department of the West Kazakhstan region»*. (2016) Information on the State of the Agroindustrial Complex for 2014, 2015 and 2016 [Electronic resource] // URL: <http://selhoz-bko.gov.kz> (date of access: 03.09.2016). Kazakhstan.

6. *Monitoring of rural development (2016)*. Quarterly Statistical Collection of the West Kazakhstan Region. Uralsk. 50 p. Kazakhstan.

7. *A brief statistical handbook* (2016). Uralsk: Department of Statistics of the West Kazakhstan Region of the Statistics Committee of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan. 80 p. Kazakhstan.

8. *The program of development of territory of Kazakhstan for 2016-2020* (2015)/ Decision № 29-4 session of the regional Maslikhat from G. 09.12.2015. Kazakhstan.

9. Nasief, B. N. (2006) *Scientific justification for the upgrading of the system of cultivation of graino and forage crops in the conditions of West Kazakhstan*: Diss. ... d races./of agricultural Sciences: 06.01.09. Almaty, 2006. 371 p. Kazakhstan.

10. The program for development of agribusiness complex in the Republic of Kazakhstan for 2013-2020 «Agribusiness-2020» Program (2013) / The decree of the Government of the Republic of Kazakhstan from February 18, 2013 № 151. Kazakhstan.

11. *The main indicators of development of agriculture of Kazakhstan* [electronic resource] // URL: <http://zhaikpress.kz/?p=31183&lang=ru> (date of access: 03.09.2016). Russia.

Нурулы Елдар, научный сотрудник Научно-технологического парка, Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби)

Nuruly Eldar, Research Associate of Science and Technology Park, Al-Farabi Kazakh National University

Ақтымбаева Алия Сағындықовна, кандидат географических наук, заместитель директора по науке Научно-технологического парка, Казахский национальный университет имени аль-Фараби

Aktymbayeva Aliya Sagyndykovna, Candidate of Sciences in Geography, Deputy Director for Science of Science and Technology Park, Al-Farabi Kazakh National University

УДК 911.3:796.5(658)

DOI: 10.18413/2408-9346-2017-3-3-52-63

Плохих Р. В.

**АГРОТУРИЗМ КАРАГАНДИНСКОЙ ОБЛАСТИ:
ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби), пр. аль-Фараби, 71, ГУК-6, г. Алматы, 050040, Казахстан. *roman.plokhikh@kaznu.kz*

Аннотация. Агротуризм относят к современным экспансионным видам туризма, популярным во многих странах мира. Возможности для его развития в Казахстане пока не совсем понятны, что делает актуальными исследования в этом направлении. Представлена краткая характеристика административных районов согласно потенциалу развития агротуризма. Приведены результаты оценки возможностей развития и территориальной организации агротуризма на основе растениеводства и животноводства. Все возможности сгруппированы согласно следующим сферам: домашние хозяйства и предпринимательский сектор. Для изучения предпринимательского сектора рекомендованы следующие критерии: прибыльности или убыточности предприятий; обеспечение занятости сельского населения; качества рабочих мест; связи с местной ресурсной базой; вписанности предприятий агротуризма в структуру местной экономики; пространственной интегрированности местного сообщества. Отмечено, что сферы экономики и предпринимательства Карагандинской области не готовы к развитию агротуризма. Приведены фактические материалы, которые подтверждают сделанный вывод.

Ключевые слова: агротуризм; развитие; территориальная организация; возможности; критерии; Карагандинская область.

UDC 911.3:796.5(658)

Plokhikh R. V.

**AGROTOURISM OF KARAGANDA REGION:
OPPORTUNITIES AND PROBLEMS FOR DEVELOPMENT**

Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farbi KazNU), 71 Ave. Al-Farabi, MAB 6, Almaty, 050040, Kazakhstan. *roman.plokhikh@kaznu.kz*

Abstract. Agrotourism is associated with modern expansion kinds of tourism, which are popular in many countries of the world. Opportunities for its development in Kazakhstan are not yet fully understood, which makes researches in this direction very urgent. A brief description of the administrative districts according to the potential for the agrotourism development are presented. The results of an assessment of opportunities for development and territorial organization of agrotourism based on crop production and livestock sector are shown. All opportunities are grouped according to the following areas: households and the business sector. To study the business sector, the following criteria are recommended: profitability or unprofitability of enterprises; support of employment for rural population; the quality of work places; links with the local resource base; fitting of agrotourism enterprises in the structure of the local economy; spatial integration of local community. It is noted that the economy and business spheres of Karaganda region are not ready for the development of agrotourism. The factual materials that confirm this conclusion are presented.

Keywords: agrotourism; development; territorial organization; opportunities; criteria; Karaganda region.

Введение. Агротуризм (англ. «*agritourism*» или «*agrotourism*») – особый сектор туристской отрасли, опирающийся на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности, ее типичных и уникальных характеристик, а также их сочетаний для создания комплексного агротуристского продукта. Его относят к современным экспансионным видам туризма, популярным во многих странах мира. Возможности для его развития в Казахстане пока не совсем понятны, что делает актуальными исследования в этом направлении. Впервые такая работа проводится на системной основе для всех административных областей страны в рамках научного проекта «Концептуальная модель активизации сельских территорий Республики Казахстан посредством развития агротуризма» (научный руководитель – д.г.н., проф. С. Р. Ердаuletov, номер госрегистрации – 0115РК00380, исполнитель – ДГП «НИИ проблем экологии» РГП «КазНУ им. аль-Фараби»). Автор статьи участвовал в выполнении работ второго этапа реализации проекта и приводит некоторые полученные им для территории Карагандинской области результаты.

Цель работы – изучить основные возможности и проблемы на пути развития агротуризма в Карагандинской области Республики Казахстан в рамках системной парадигмы.

Материалы и методы исследования. В качестве источников исходной информации выступили: текстовые, статистические, картографические материалы. Преимущество имели официальные данные государственных ведомств и организаций. В их числе: Комитет по делам сельских территорий Министерства сельского хозяйства Республики Казахстан (база данных по состоянию на 01.01.2005, 01.01.2009, 01.01.2011), Департамент статистики Карагандинской области Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан (официальный сайт – <http://www.stat.gov.kz/faces/karaganda/>), интернет-ресурс акимата Карагандинской области (официальный сайт – <https://karaganda-region.gov.kz/>), проект «Мониторинг исполнения государственного социального заказа» Министерства культуры Республики Казахстан (официальный сайт –

<http://monitoring.academy.kz/>). В качестве источников информации использованы «Программа развития Карагандинской области на 2011–2015 годы» и «Стратегия территориального развития Карагандинской области до 2015 года». По периодичности преимущественно использована годовая и полугодовая официальная отчетность.

При выполнении научно-прикладных работ использованы общенаучные и специальные методы, учитывающие специфику агротуризма как явления с особыми качественно-количественными характеристиками, процессами функционирования и развития. Из общенаучных методов использованы: описательный, научной абстракции и восхождения от абстрактного к конкретному, сравнительный, аналогий, анализа и синтеза, выдвижения и проверки гипотез, экстраполяции результатов. К категории частных методов относятся: стандартизация количественных показателей, статистический анализ, компьютерные технологии для обработки информации.

Результаты исследования и их обсуждение. Исследовательская территория – Карагандинская область по данным Департамента статистики на 01 января 2017 года имела площадь 428,0 тыс. км² (15,7 % территории Казахстана) и близка к общей площади Беларуси, Литвы, Эстонии и Латвии. Имеется 9 административных районов и 11 городов, 10 поселков, 421 сельский населенный пункт, 202 поселковых и аульных Аппарата акима [1]. На основании закона «О внесении изменений и дополнений в ЗРК «Об административно-территориальном устройстве Республики Казахстан» от 04 ноября 2006 года № 184-III статус городских сохранили 10 поселков, а 27 поселков – его лишились. В Карагандинской области, как в Актюбинской и Атырауской, сельские населенные пункты (СНП) сильно удалены от потенциальных рынков сбыта – райцентров, городов, железнодорожных станций, автомагистралей, являющихся гарантами эффективной экономической деятельности. На расстоянии более 100 км от рынков сбыта находятся 5,7% СНП, до 11,1% СНП – не электрифицированные, а в 65% СНП – отсутствуют отделения почтовой связи. Ее отсутствие в сельской местности объясняет низкий уровень этой категории

услуг, что не соответствует мировым стандартам и тормозит формирование рыночной инфраструктуры. Территория включает де-

вать административных районов, различающихся по потенциалу (табл. 1).

Таблица 1

Краткая характеристика административных районов Карагандинской области [составлено автором]

Table 1

Short characteristics of administrative regions of Karaganda region [compiled by the author]

Административный район	Краткая характеристика
Абайский	Находится в центре. Богатая история и высокий человеческий потенциал, развитая инфраструктура. Развивается по двум главным направлениям – сельскохозяйственному и промышленному.
Актогайский	Юго-восточная часть. Промышленный сектор экономики представлен ТОО «Корпорация Казахмыс», золоторудным производством и предприятиями пищевой промышленности г. Балкаш. Сельское хозяйство, в частности, животноводство – важный сектор экономики. Имеется несколько значительных достопримечательных природных объектов (Бектауата, горы Кызылтас и Кызылрай и др.). На юге находится побережье озера Балкаш.
Бухар-Жырауский	Богат историей и традициями. Имеется 26 памятников культуры. На территории находится большое количество закрепленных за природопользователями рыбохозяйственных водоемов, общей площадью 16 232 га.
Жанааркинский	Имеет значительную протяженность с севера на юг. Ведущая отрасль экономики – сельское хозяйство. На территории имеется ряд закрепленных за природопользователями рыбохозяйственных водоемов, общей площадью 5650 га. В центральной части размещается территория Жанааркинского учреждения по охране лесов и животного мира.
Каркаралинский	Находится в юго-восточной части. Характеризуется развитым сельским хозяйством и стабильным производством промышленных предприятий «Казахмыс» и «Арселор-Миттал Темиртау». Главный рекреационно-туристский объект – горы Каркаралы.
Нуринский	Находится в северной части. В последние годы занимал четвертую позицию из девяти по валовому выпуску продукции (услуг) сельского хозяйства. На территории имеются 92 исторических памятника археологии, архитектуры и культуры. В северо-западной части района находится буферная зона Коргалжынского ГПЗ.
Осакаровский	Имеет небольшую площадь в сравнении с другими районами. Занимает одно из ведущих мест по производству продукции сельского хозяйства и промышленности. На территории функционируют 567 сельхозформирований и 9 000 подсобных хозяйств населения. На территории находятся Карагандинский филиал РГП «Канал им. К.И. Сатпаева» и филиал ТОО «Корпорации Казахмыс» угольный департамент «Борлы». Имеется ГНПП Буйратау.
Улытауский	Самый большой по площади. Расположен в западной части. Исторический центр казахского народа и кочевой культуры степной цивилизации. В региональном продукте преобладает продукция металлургии. Сельское хозяйство занимает подчиненное положение. Имеются серьезные ресурсы историко-культурного характера. Центральную часть занимает Национальный историко-культурный и природный музей-заповедник Улытау. Большое количество природных ресурсов и объектов рекреационно-туристского и просветительского назначения.
Шетский	Ведущая отрасль экономики – сельское хозяйство, преимущественно животноводство. Работает ряд крупных промышленных предприятий: СП ТОО «Nova-Цинк», ТОО «Металлтерминал Сервис», ТОО «Алаш», ТОО «Нурдаулет». Имеются уникальные месторождения полезных ископаемых с огромными запасами.

Рис. 1 иллюстрирует результаты оценки возможностей для развития и территориальной организации агротуризма на основе рас-

тениеводства и животноводства согласно трехбалльной шкале: высокие, средние, низкие.

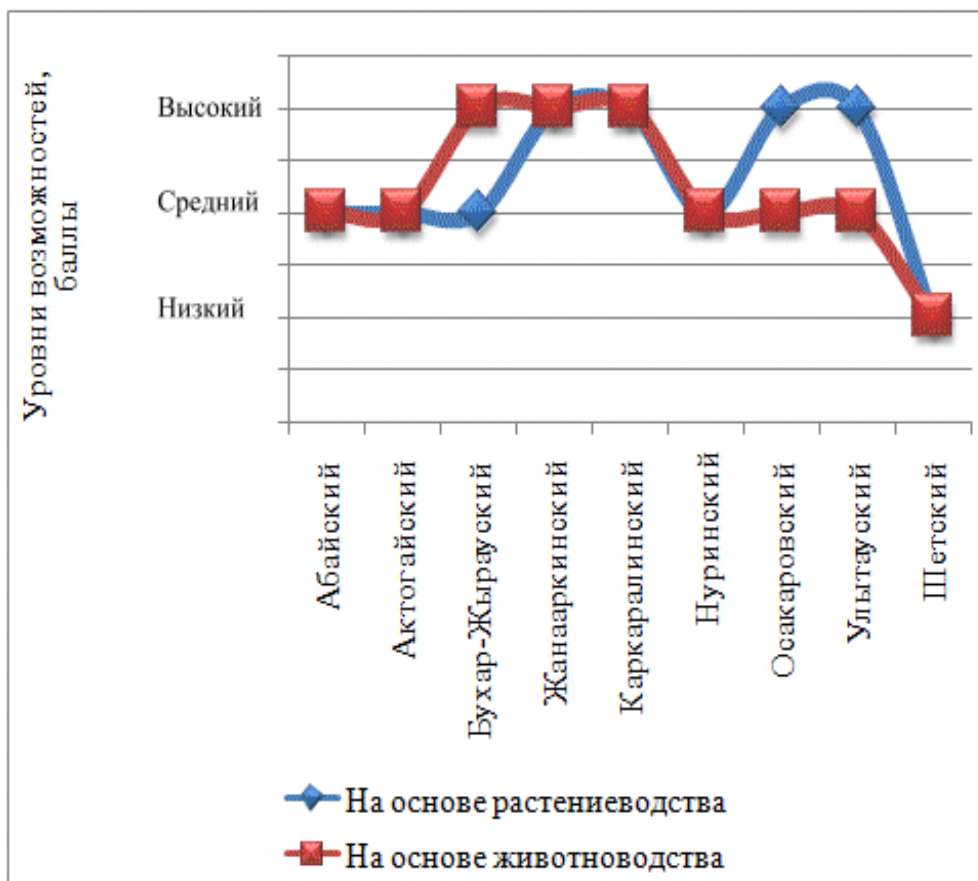


Рис. 1. Возможности развития и территориальной организации агротуризма в Карагандинской области

Fig.1. Opportunities for development and territorial organization of agrotourism in Karaganda region

Возможности развития и территориальной организации агротуризма можно сгруппировать согласно следующим сферам: домашние хозяйства и предпринимательский сектор.

Характеристика домашнего хозяйства. С позиции развития агротуризма местному сообществу достается важная (социальная) функция агротуризма. В экономическую категорию включают собственно семьи, являющиеся потребителями конечного продукта, производимого предприятиями. Домашние хозяйства – основа развития агротуризма, поскольку: 1) качества, вырабатываемые культурой быта и отношений в семьях, формиру-

ют «объект труда» для эффективной деятельности в агротуризме; 2) семья формирует главного субъекта освоения потенциала агротуризма, активного потребителя его продуктов и услуг.

По данным Департамента статистики Карагандинской области при общей численности населения 1 384,9 тыс. человек, удельный вес сельского населения всего 20,8%. Из общей численности на населения моложе трудоспособного возраста приходится 24,0%, трудоспособного возраста – 62,1%, старше трудоспособного возраста – 13,9% [1]. Основные индикаторы рынка труда на конец 2015 года следующие:

- экономически активное население – 730,6 тыс. человек;
- уровень экономической активности населения – 68,3%;
- занятое население – 694,5 тыс. человек;
- уровень занятости – 95,1%;
- наемные работники – 594,7 тыс. человек, их доля в численности занятого населения – 85,6%;

- самостоятельно занятые – 99,8 тыс. человек, их доля в численности занятого населения – 14,4%;
- безработное население – 36,0 тыс. человек, уровень безработицы – 4,9%;
- экономически неактивное население – 339,6 тыс. человек, уровень экономической неактивности (пассивности) – 31,7%.

Только 9% приходится на население, занятое в сельском, лесном и рыбном хозяйствах (рис. 2) [2].



Рис. 2. Распределение занятого населения по видам экономической деятельности, %
Fig. 2. Distribution of employed population by kinds of economic activities, %

Если рассматривать основные показатели неравномерности распределения доходов населения по состоянию на конец 2015 года, то вырисовывается следующая картина:

- доля населения с доходами ниже величины прожиточного минимума в сельской местности 4,5% (4,1% в среднем по Казахстану);
- соотношение доходов, использованных на потребление, с величиной прожиточного минимума 213,4% (182,0% в среднем по Казахстану);
- денежные расходы населения составили 554 492 тенге на душу (в среднем 46 208 тенге в месяц);
- среднедушевые расходы городского населения на 40,3% больше, чем сельского;

– денежные доходы населения составили 577 094 тенге в год (в среднем 48 091 тенге в месяц);

– денежные доходы городского населения составили 621 785 тенге на человека, сельского – 406 997 тенге.

В структуре денежных расходов потребительские расходы занимают 84,2%, в том числе:

- продовольственные товары – 38,4%;
- непродовольственные товары – 23,6%;
- платные услуги – 22,2%.

Доходы, использованные на потребление городским населением, увеличились на 1,2%, сельским – на 5,2%. В структуре доходов, использованных на потребление сельским населением, денежные доходы занимают 97,7%,

стоимость потребления продукции, произведенной в личном хозяйстве и предоставленных в натуральном выражении дотаций и льгот 9,3% [3].

Домашние хозяйства (семьи) в сельской местности Карагандинской области в малой степени оказывают воздействие на развитие сферы материальных услуг (коммунально-бытовых, транспортных, общественного питания и др.). Социальные нововведения не затронули основную часть населения сельской местности Карагандинской области, что можно объяснить неразвитостью потребностей семей и низким платежеспособным спросом населения. Важное условие формирования потребления домашних хозяйств и обеспечение их возможного участия в агро-

туризме – развитие кредитной сферы, в том числе потребительской, ипотечной и др. На рис. 3 показана структура денежных расходов населения в сельской местности, в которой на погашение кредита и долга приходится до 12,4% средних ежемесячных выплат [3].

В настоящее время выигрыш в скорости процесса кредитования достигается высокими процентными ставками. Кредитные отношения преимущественно охватывают сферу потребительского кредитования сельского населения, что означает малую капитализацию финансовой системой части будущего прироста стоимости рабочей силы. В результате не сформированы массовые рынки сбыта услуг и не обеспечивается устойчивая динамика сельскохозяйственного производства.



Рис. 3. Структура денежных расходов населения в сельской местности Карагандинской области, %
Fig.3. Structure of cash expenditures of the population in rural areas of Karaganda region, %

Важный показатель для развития агротуризма – жилищный фонд. На третий квартал 2016 года сельский жилищный фонд насчитывал 5 823,5 тыс. м² общей площади, из которой: частная – 5 732,8 тыс. м² (98,4%), государственная – 90,7 тыс. м² (1,6%). Обеспеченность населения жильем составила в сельской местности около 20,2 м² на одного человека, что наглядно демонстрирует отсутствие значительных резервов жилой площади для размещения агротуристов. Не на много лучше

обстоит дело с благоустройством жилищного фонда, которое было следующим согласно удельному весу в его общей площади, оборудованной: водоснабжением – 96,3%; центральным горячим водоснабжением – 51,3%; канализацией – 82,1%; газом (включая сжиженный) – 69,9%; центральным отоплением – 63,0%; ванной или душем – 70,0%; напольными электроплитами – 26,5% [2].

В сельской местности домохозяйства еще не стали реальным экономическим субъектом

рыночных отношений, стоящим «на равных» с предпринимателями и государством. Их можно рассматривать как потребителей товаров и услуг, т. е. как население, получающее в ходе распределения, в основном через государственные каналы, материальные и нематериальные блага в виде услуг здравоохранения, образования, культуры и др. Домохозяйства региона выглядят как объект воздействия, а не субъект экономической деятельности в сельской местности. Как поставщики рабочей силы, владельцы собственности в виде денежных (финансовых) ресурсов и недвижимости они не представляют необходимой для развития агротуризма экономической силы. Причины этого следующие:

1) процесс перехода к многоукладной экономике не завершен, а становление института частной собственности требует длительного времени освоения людьми рыночного поведения;

2) большая часть крупной недвижимости в сельской местности сосредоточена в руках очень узкой группы населения;

3) не сформировался сильный средний класс, имеющий возможность на собственные доходы приобретать недвижимость, ценные бумаги и другие ресурсы и тем самым влиять на рыночные процессы;

4) развитие рыночных отношений происходит не равномерно, в городах процесс идет интенсивнее, чем в сельской местности, где денежный оборот практически сведен к минимуму;

5) происходит натурализация хозяйства: вследствие дефицита рабочих мест и высокой скрытой безработицы жители сельской местности в значительной мере обеспечивают себя самостоятельно производимыми продуктами в собственных дворах, в результате плохо развиваются местные рынки и взаимосвязи между ними;

6) неблагоприятная налоговая политика не стимулирует открытости рыночных процессов, вследствие чего значительны масштабы теневой экономики;

7) нестабильность денежной системы и фондового рынка ведет к тому, что денежные сбережения населения «не работают» в каче-

стве источника инвестиционного капитала и оседают «в чулках».

Характеристика предпринимательского сектора. Общая экономическая теория относит к предпринимательскому сектору всех, кто производит товары и услуги с целью получения прибыли. В сельской местности Карагандинской области в эту категорию следует включить промышленные и торговые фирмы, сельскохозяйственные и ремесленные предприятия, банки и другие кредитные институты и др. К ней также относятся крупные корпорации и индивидуальные предприниматели, частные фирмы, государственные и муниципальные предприятия. На государственном и местном уровнях действуют программы поддержки мелких и средних предпринимателей. Главные критерии отбора получателей помощи – прибыльность и рентабельность предприятия и занятость населения. В то же время для местного сообщества с позиции развития агротуризма важно оценить не столько эффективность отдельных предприятий, сколько то, что они дают для обеспечения жизнеспособности сообщества в целом. С этой позиции укажем ряд критериев.

1. Критерий прибыльности или убыточности предприятий имеет принципиальное значение, поскольку часть налогов и отчислений от деятельности – важный источник пополнения местного бюджета. Исходные данные для оценки возможностей в сельской местности Карагандинской области по критерию отсутствуют.

2. В рыночной экономике обеспечение занятости сельского населения – одна из насущных проблем. В связи с этим для удовлетворения потребностей местного сообщества важными являются следующие вопросы: сколько рабочих мест создается; насколько стабильны создаваемые рабочие места; с какими затратами для местного сообщества связано создание одного рабочего места. Результаты оценки представлены на рис. 4.

В зависимости от ситуации на местном рынке труда может быть разным выбор, который делается с позиции возможности развития агротуризма. В «бедных» сообществах, где высок уровень безработицы, предпочте-

ние может быть отдано услугам, не требующим больших затрат на организацию.

3. Критерий качества рабочих мест. Рабочие места, создаваемые в рамках агротуризма, можно делить на «хорошие» и «плохие». Понятие «хорошие» рабочие места связано с уровнем заработной платы, более высоким по сравнению со средним уровнем в

конкретном сообществе. Понятие включает привлекательность, престижность выполняемой работы, условия труда, стабильность рабочего места. С точки зрения местного сообщества привлекательно выглядят услуги, которые при прочих равных условиях создают больше «хороших» рабочих мест (рис. 5).

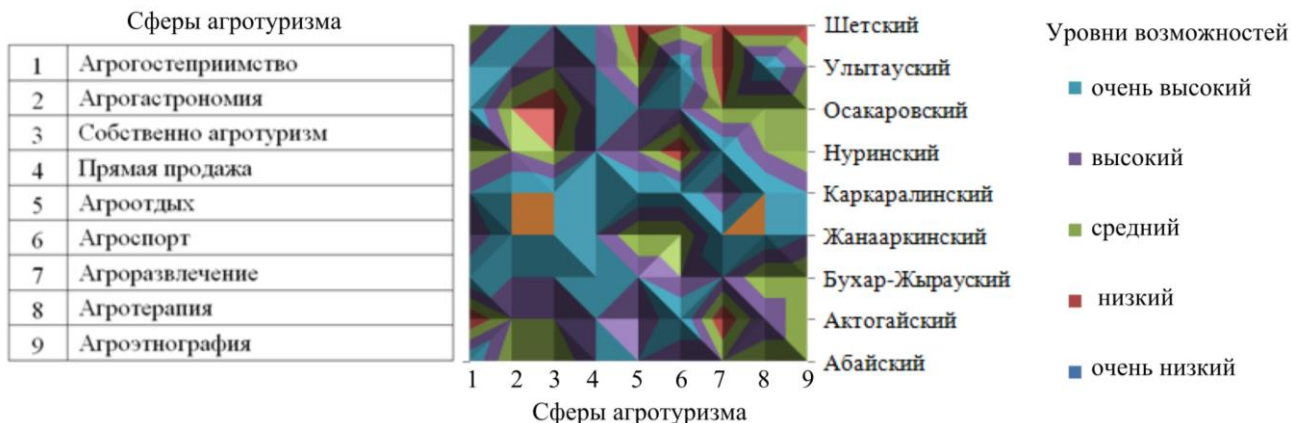


Рис. 4. Возможности обеспечения занятости сельского населения Карагандинской области в агротуризме
Fig. 4. The possibility of employment of rural population of Karaganda region in agrotourism

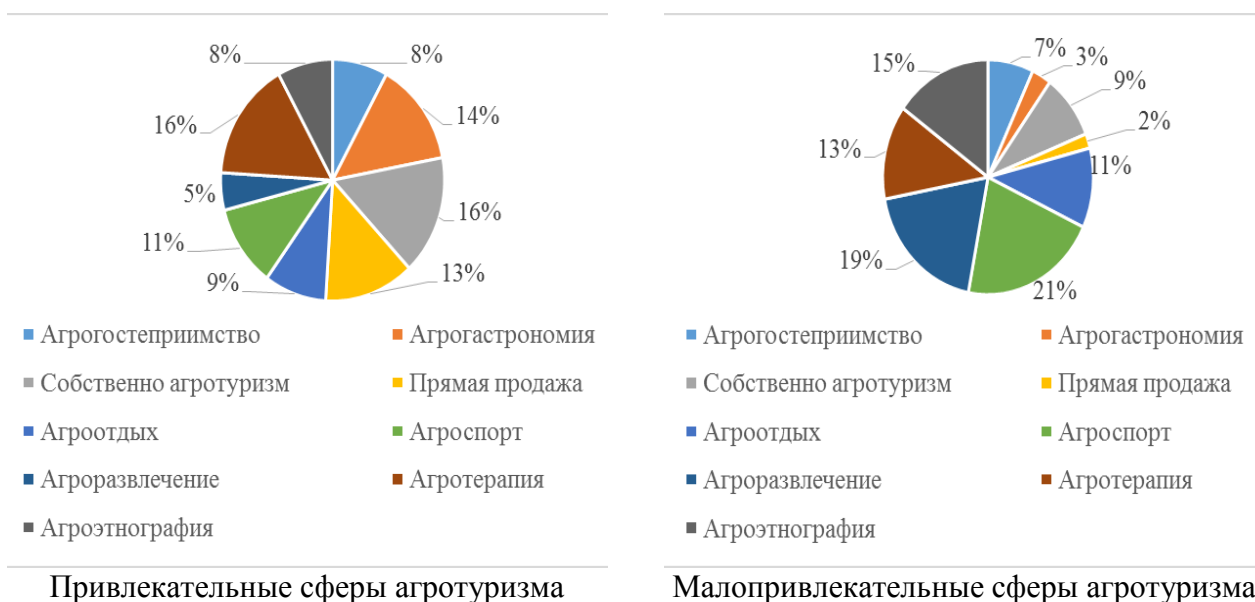


Рис. 5. Привлекательные и малопривлекательные для жителей села сферы агротуризма с позиции создания рабочих мест

Fig. 5. Attractive and unattractive for villagers spheres of rural tourism from the position of creating jobs

Рис. 5 показывает, что в числе привлекательных для жителей сельской местности Карагандинской области сфер агротуризма с позиции создания рабочих мест упоминаются:

- агротеприимство (агроотель (агромотель), самообеспечиваемый ночлег, агрокемпинг);
- агрогастрономия (столовая, ресторан);

- собственно агротуризм (участие в производственном процессе, хозяйские зоопарки, сафари, непосредственные контакты с домашними животными и природой);
 - непосредственная продажа (продажа типа «забери сам», магазины при хозяйствах либо предприятиях);
 - агроотдых (отдых отпускной, отдых уикэндовой);
 - агроспорт (конные прогулки, охота, рыбалка);
 - агроразвлечение (выезды и прогулки на сельские территории);
 - агротерапия (минисанатории);
 - этнография (музеи народного творчества и сельского хозяйства, торжества и фестивали семейные и деревенские).
- В числе малопривлекательных для жителей сельской местности Карагандинской области сфер агротуризма с позиции создания рабочих мест указываются:
- агрогостеприимство (пребывание в хозяйстве, пребывание в сельском доме, агрогостеприимство специальное);
 - агрогастрономия (питание на дому, пикники);
 - собственно агротуризм (наблюдение производственного процесса, тропы учебные пешие и объездные);
 - непосредственная продажа (непосредственная продажа продуктов в хозяйстве);
 - агроотдых (отдых праздничный);
 - агроспорт (прогулки, маршруты, езда на велосипеде, занятия, требующие большого

пространства, территориальные игры);

- агроразвлечение (посещение парков и садов, лабиринты из кукурузы или сои, сломанные конструкции);
- агротерапия (терапия, использующая специфику растений и животных, специфичные диеты);
- этнография (исторические хозяйства – старые фермы, исторические деревни, пребывание в деревне с определенным фольклором).

4. Критерий связи с местной ресурсной базой. Агротуризм неодинаково использует местные природный и человеческий капитал. Особенно важным является вопрос: как связаны имеющиеся или создаваемые агротуризмом рабочие места с квалификационными характеристиками местной рабочей силы? Он не может решаться без учета потребностей людей, нуждающихся в работе, а необходимая рабочая сила вербоваться за пределами местных сообществ. Такая организация агротуризма мало дает для решения проблем местного сообщества в области занятости и доходов. Возникают проблемы, связанные с изменением психологического климата. На рисунке 6 представлены результаты оценки согласно критерию связи возможностей для развития агротуризма с местной ресурсной базой. Можно предположить, что отдельные профессии становятся все менее востребованными, поэтому в случае открытия школ подготовки кадров по специальностям агротуризма ситуация может измениться.

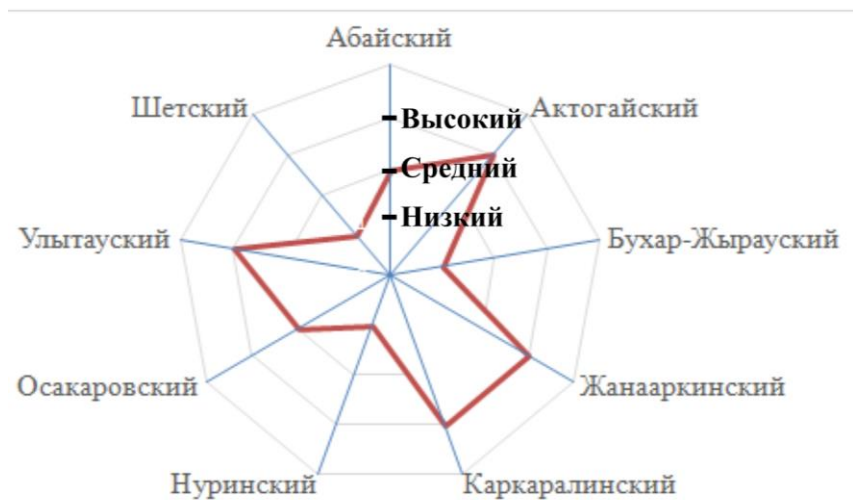


Рис. 6. Возможности развития агротуризма на основе местной ресурсной базы
Fig.6. The possibility of agrotourism development based on the local resource base

5. Критерий вписанности предприятий агротуризма в структуру местной экономики. В случае, когда предприятие выступает в качестве потребителя товаров и услуг местного производства или выпускает товары для внутреннего рынка, оно создает дополнительные стимулы для расширения деятельно-

сти других предприятий в сфере производства и торговли сельской местности (рис. 7).

6. Критерий пространственной интегрированности местного сообщества связан с территориальным планированием и требует детальных исследований, что не осуществимо в рамках проекта.

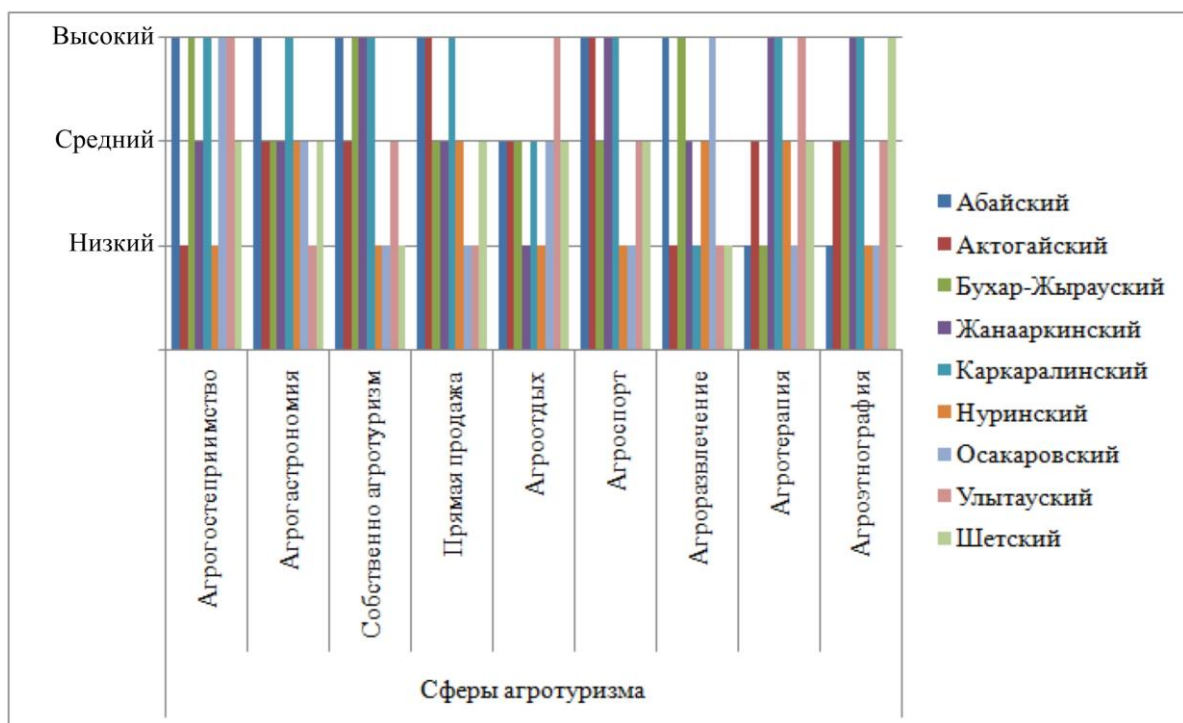


Рис. 7.
Возможности вписывания агротуризма в структуру местной экономики
Fig.7. Possibilities to fit agrotourism in the structure of local economy

Заключение. При учете возможностей для развития агротуризма в Карагандинской области важны присущие ему признаки: индивидуальность и поездки в кругу семьи; спонтанное решение по элементам программы; активность и разнообразие; мотивация изнутри; стиль жизни в соответствии с культурой посещаемой территории; «впечатления». Исходя из них, классическая модель организации агротуризма предполагает, что в сельской местности этим должны заниматься фермеры и члены их семей, получающие от этого доход, для которых постепенно утрачивает важность профиль сельскохозяйственного производителя. Другой субъект, потенциально заинтересованный в развитии агротуризма – сельскохозяйственные предприятия.

Большое значение в формировании благоприятных возможностей для развития и территориальной организации агротуризма принадлежит растениеводству, которое получило преимущественное развитие только в Осакаровском и Абайском районах. В Нуринском, Актогайском, Улытауском, Бухар-Жырауском, Шетском, Жанааркинском и Каркаралинском районах растениеводство занимает второстепенное положение в сравнении с животноводством.

В настоящее время сферы экономики и предпринимательства Карагандинской области не готовы к развитию агротуризма, хотя и имеют черты многофункциональности, включая инфраструктурные составляющие несельскохозяйственного бизнеса. Преимущественно деятельность экономически активного населения сосредоточена на переработке сельскохозяйственной продукции, заготовке дикоросов, строительстве и услугах для сельхозпредприятий, а также обеспечении производственного процесса в сельском, лесном и рыбном хозяйстве.

Условиями, обеспечивающими эффективную деятельность местного управления в сфере развития агротуризма, могут быть:

1) правовая автономия – право осуществлять полномочия, законодательно закрепленные и делегированные национальным уровнем власти, как они считают оптимальным (такому критерию отвечает на локальном

уровне акиматы сельских и аульных округов, на областном – акиматы районов);

2) административная автономия, т.е. частичная свобода от иерархического подчинения со стороны уровней власти (такому критерию отвечают советы аксакалов);

3) финансовая автономия – наличие финансовых ресурсов и возможности использовать и управлять их движением (размещать, распределять и др.) по назначению в рамках задач, относящихся к предмету местного ведения в сфере агротуризма (сельхозпредприятия, хозяйственные товарищества, акционерные общества, крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства населения).

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: author have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Социально-экономическое развитие Карагандинской области: кр. стат. бюл. / под редакцией Садыковой Ж. К. Караганда : Департамент статистики Карагандинской области Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан, 2016. 52 с.

2. Предварительные данные по Карагандинской области за 2015 год : стат. сб. / под ред. Садыковой Ж. К. Караганда : Департамент статистики Карагандинской области Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан, 2016. 99 с.

3. Расходы и доходы населения Карагандинской области. Караганда : Департамент статистики Карагандинской области Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан, 2015. Сер. 27. Статистика уровня жизни. 13 с.

References

1. *Socio-economic development of the Karaganda region* (2016) : br. stat. bul. / Edited by Sadykova Zh. K. Karaganda : Statistics Department of the Karaganda Region of the Committee on Statistics of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan. 52 p. Kazakhstan.

2. *Preliminary data for the Karaganda region for 2015 (2016)* : bt. sat. / Ed. Sadykova Zh. K. Karaganda: Statistics Department of the Karaganda Region of the Committee on Statistics of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan, 2016. 99 p. Kazakhstan.

3. *Expenses and incomes of the population of the Karaganda region. Karaganda (2015)* : Statistics Department of the Karaganda region of the Committee on Statistics of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan. Ser. 27. Statistics of the standard of living. 13 p. Kazakhstan.

Плохих Роман Вячеславович, доктор географических наук, профессор кафедры рекреационной географии и туризма, Казахский национальный университет имени аль-Фараби

Plokhikh Roman Vyacheslavovich, Doctor of Sciences in Geography, Professor of the Department of Recreational Geography and Tourism, Al-Farabi Kazakh National University

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2017-3-3-64-72

Семенова Л. В.¹
Мутавчи Е. П.²

**СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО ГОРОДА
КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ**

- ¹) Федеральное государственное образовательное автономное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет им. И. Канта»
ул. А. Невского, 14, г. Калининград, 236041, Россия. *lsemnova@kantiana.ru*
- ²) Федеральное государственное образовательное автономное учреждение высшего образования «Балтийский федеральный университет им. И. Канта»
ул. А. Невского, 14, г. Калининград, 236041, Россия. *emutavchi@kantiana.ru*

Аннотация. Развитие туризма в различных регионах России сегодня представляет большой интерес для России. Разрабатываются концепции развития туризма, как в центральных регионах России, так и в удаленных от центра районах, ведется строительство туристских кластеров на Алтае; город Москва развивается как успешный центр туризма. Успешные технологии, примененные в нескольких пилотных туристско-рекреационных кластерах Российской Федерации (туристско-рекреационный кластер «Абрау-Утриш», сеть автотуристских кластеров «Можжевельная роща», «Лермонтово», «Горячий Ключ» в Краснодарском крае, туристско-рекреационный кластер «Плес» в Ивановской области и др.), предполагается распространить на все перспективные с точки зрения развития внутреннего и въездного туризма регионы страны, обеспечивая ускоренный возврат как государственных, так и частных инвестиций. Калининградские власти также стремятся к интенсивному развитию туристского направления на территории города и области. Одна из важнейших задач для Калининградской области и города Калининграда на сегодняшний день – развитие успешной туристской дестинации. На это есть основания: город обладает своеобразными культурными аттракциями, необычной историей, уникальной атмосферой. Калининград позиционируется как исторический город, как современный город, культурный город. По мнению авторов, для успешного развития туризма в городе Калининграде необходимо тщательно исследовать ресурсы городской культуры и провести необходимую трансформацию городского социокультурного пространства.

Ключевые слова: социокультурное пространство города; городской туризм; символы; ценности; продвижение; туристская дестинация.

UDK 338.48

Semenova L. V.¹
Mutavchi E. P.²

**SOCIO-CULTURAL SPACE OF THE CITY
AS A RESOURCE OF DEVELOPMENT
OF TOURIST DESTINATION**

- ¹) Immanuel Kant Baltic Federal University
14, A. Nevsky St., Kaliningrad, 236041, Russia. *lsemnova@kantiana.ru*
- ²) Immanuel Kant Baltic Federal University
14, A. Nevsky St., Kaliningrad, 236041, Russia. *emutavchi@kantiana.ru*

Abstract. The development of tourism in various regions of Russia today is of great interest for Russia. Concepts of tourism development are being developed both in central regions of Russia and in remote areas; tourist clusters in Altai Krai are being developed; Moscow is developing as a successful center of tourism. Successful technologies applied in several pilot tourist and recreational clusters of the Russian Federation (the tourist-recreational cluster «Abrau-Utrish», a network of autotouristic clusters «Mozhzhelovaya Grove», «Lermontovo», «Goryachy Klyuch» in

Krasnodar Territory, a tourist and recreational cluster «Ples» in Ivanovo region, etc.) are expected to be extended to all regions of the country that are promising from the point of view of developing domestic and inbound tourism, thereby ensuring an accelerated return of both public and private investments. The Kaliningrad authorities also strive for an intensive development of the tourist direction on the territory of the city and the region. One of the most important tasks for Kaliningrad region and the city of Kaliningrad today is to develop as a successful tourist destination. There are grounds for this: the city has a number of cultural attractions, an unusual history, and a unique atmosphere. Kaliningrad is positioned as a historical city, as a modern city, a cultural city. According to the authors, for the successful development of tourism in the city of Kaliningrad, it is necessary to carefully study the resources of urban culture and make the necessary transformation of the urban socio-cultural space.

Keywords: social and cultural space of the city; city tourism; symbols; values; promotion; tourist destination.

Социокультурное пространство города представляет собой сочетание внешней городской среды, выраженной в уникальной архитектуре, памятниках, ландшафтно-парковых комплексах, другими словами, в любых внешних атрибутах городской жизни человека, а также внутреннего мира города: характера жителей, их ценностных установок и целей и т. д. Именно социокультурное пространство города придает ему уникальность, наличие неповторимой городской атмосферы, которая является одним из важнейших объектов туристского притяжения.

Вследствие стремительного роста и развития туристского пространства изменился и сам тип туриста: сегодня в процессе путешествия человек стремится не только и не столько ознакомиться с культурными артефактами дестинации, но получить личное впечатление о месте посещения, получить неповторимое переживание, соприкоснуться с атмосферой места. Как отмечает Н.А. Колодий, «в контексте современных тенденций к культуре начинают относиться как к самому мощному ресурсу экономики желаний, как сильному и почти реальному актору, инициирующему новые жизненные практики» [1]. В результате подобного познания туристом культуры территории, творческого взаимодействия человека и места в сознании личности возникает неповторимый, индивидуальный образ дестинации. Если рассматривать процесс туризма с этой точки зрения, то становится очевидным, что в современном процессе путешествия на первый план выходит особый психологический климат дестинации,

ее неповторимость, уникальность, то есть ее социокультурное пространство.

Пространство жизни человека несомненно оказывает влияние на общую картину мира, и поэтому для организации благоприятного социокультурного пространства необходимо, чтобы человека окружала визуальная среда, где он будет чувствовать себя комфортно и свободно, а также будет испытывать эстетическое удовольствие. Таким образом, необходимо проектировать современную городскую архитектуру с учетом необходимого человеку жизненного пространства.

В. А. Филин [2] предлагает привлекать к организации городской среды ученых-видеоэкологов, врачей, психологов и других специалистов для создания наиболее комфортных условий проживания человека, а также составлять специальные карты города, на которых будут отмечены наиболее неблагоприятные городские районы, жизненную среду которых необходимо преобразовать с точки зрения видеоэкологии. Вариантами решения проблемы могут быть: озеленение городских улиц, декорирование городских сооружений, поддержание в надлежащем состоянии памятников архитектуры города и т. д.

Другой интересной концепцией преобразования социокультурного пространства города в контексте нашего исследования представляется концепция «креативного города» Чарльза Лэндри, где исследователь отмечает необходимость организации городской среды таким образом,

чтобы творчество царило в городе. Причем, под творчеством Чарльз Лэндри понимает не только художественное творчество, а творческий подход к жизни. Так, по мнению исследователя, творческим может быть и бизнесмен, сочетающий финансовую выгоду производства с социальной ответственностью, чиновник, который с изобретательностью борется с несообразностями бюрократического аппарата и пр. Город, основной движущей силой развития которого является творчество, по мнению Ч. Лэндри, сам становится выдающимся произведением искусства. Город же, в котором творчество затухает, постепенно приходит в упадок [3].

Организацию творческого городского пространства необходимо начать с решения следующих задач: укрепление городской идентичности, актуализация уже существующего природно-культурного наследия с целью его сохранения и устойчивого развития, осознания механизма интеграции предпринимательства в городскую среду с целью улучшения ее качества.

Благоприятное влияние на социокультурную среду города могут оказать также следующие меры:

- создание в городе пространства для творческого эксперимента (например, отдельного квартала, в котором поощряется инновационное мышление);

- оценка достижений города в сравнении с его аналогами и конкурентами;

- поощрение таких качеств, как стремление к лидерству, авантюризм, готовность к риску, соревновательный дух у жителей города;

- создание в городе атмосферы, в которой будут поощряться дебаты и сетевое сотрудничество;

- организация «фирменных» событий в городе и др.

Несмотря на кажущиеся на первый взгляд различия представленных выше научных подходов преобразования городского пространства через творчество и красоту, они по сути родственны друг другу, так как апеллируют к важнейшей потребности человека – получать полноценные

впечатления от каждого прожитого дня, что касается как внешнего, так и внутреннего облика городского пространства. Более того, при изменении облика города меняется и картина мира его обитателей, и наоборот, внесение элемента творчества в социокультурную среду города влечет за собой неизбежную трансформацию внешнего облика города.

Трансформация социокультурного пространства города предполагает выявление интересной особенности данного города и ее дальнейшую творческую разработку. Также следует продумать, каким образом с помощью туристских аттракций (как уже созданных, так и потенциальных) можно интересно подчеркнуть обнаруженную особенность в стенах города. Это послужит выявлению уникального концептуального единства идеи города и средств ее выражения – туристских аттракций. Город при этом предстает перед нами как живое существо, обладающее как духовным (идейным) планом, так и физическим (свойственные данному городу туристские аттракции, в том числе особенная архитектура, наличие набережных, фонтанов, парков и т. д.). Как целостное живое существо, город обретет «лицо» (свой собственный бренд, свою собственную символику, известную за пределами города), явной станет его энергетика – особая городская атмосфера, что послужит привлечению посетителей, желающих познакомиться с городом.

Городское социокультурное пространство – это продукт взаимодействия таких элементов, как коммуникация, информация, символы, ценности и социум. Социокультурное пространство – это как духовная жизнь города, так и ее внешнее выражение в артефактах городской жизни, объектах туристского показа. Именно благодаря социокультурной среде города рождается своеобразная городская атмосфера. Благодаря социокультурной среде город обретает «лицо», становится самим собой. Поэтому при развитии городского туризма необходимо учитывать особенности городского социокультурного пространства, чтобы при

необходимости трансформировать их, использовать и творчески обыгрывать в процессе развития как самого города, так и туризма в нем [5].

Резюмируя вышеизложенное, необходимо отметить, что социокультурное пространство города – это огромный ресурс для повышения туристской привлекательности туристской дестинации, что было успешно использовано в развитии, например, европейских городов. Так, небольшой норвежский город Керенс, ничем не примечательный ранее, с единственной особенностью – географическим положением (город расположен на севере Норвегии, на границе с Россией) стал транзитным для российских туристов. Органы местной власти стали приглашать российских артистов оперы и балета выступать в пустых залах заводов и старого локомотивного депо. Проект стал успешным, и город Керенс теперь называют «местом встречи России и Норвегии», а туристы планируют свой путь таким образом, чтобы остановиться в этом необычном городе. Этот пример наглядно характеризует влияние трансформации социокультурного пространства города на увеличение туристических потоков.

Калининград также обладает значительным историко-культурным потенциалом, что обуславливается его историческим развитием.

Калининград образовался из трех абсолютно самостоятельных городов: Альштадта (Старого города), строительство которого началось в 1270 году; Нойштадта (Лебенихта-Липника), основанного в 1300 году и Кнайпхофа, возникшего в 1327 году, в западной части одноименного острова. Само название Кёнигсберг принадлежало только замку, выстроенному на горе, чье название потом распространилось и на города, располагавшиеся рядом с крепостью. Только в 1724 году они объединились в город Кёнигсберг [4].

За период своего существования город пережил большое количество трансформа-

ций, связанных как с историческими личностями (например, Фридрих Вильгельм), так и великими учеными, работавшими в Альбертине (И. Кант, Ф. Бессель и пр.).

Современное развитие Кёнигсберг получил после окончания Второй Мировой войны, в результате которой по решению Потсдамской конференции третья часть Восточной Пруссии со столицей – городом Кёнигсберг, перешла бывшему СССР, а 7 апреля 1946 года Президиум Верховного Совета СССР принял Указ об образовании Кёнигсбергской области в составе РСФСР (с 4 июля 1946 года была образована Калининградская область, а Кёнигсберг переименован в город Калининград).

Долгое время его восстанавливали практически из руин и в настоящее время Калининград – крупный морской незамерзающий порт, город-сад и областной центр, новый облик которого сочетает в себе красоту и таинственность старинных зданий с современной архитектурой. Отдаленность от России и близость европейских стран наложили свой отпечаток на развитии региона.

В рамках нашей работы было проведено исследование социокультурного пространства города Калининграда, результаты которого представлены ниже. Так, на вопрос: «Какие эмоции вызывает у Вас Калининград?» местные жители отметили вдохновение, интерес, умиротворенность, и восхищение, а туристы, в первую очередь, отметили интерес (рис. 1).

Если проранжировать основные ассоциативно-эмоциональные впечатления местных жителей и туристов – они несколько различаются. Если местные жители отмечают архитектуру (дома), уют и спокойствие, а также исторические и природно-климатические особенности города, то туристы в первую очередь отмечают жизнь и молодость города, а также влияние геополитического положения на его европейский облик (рис. 2).

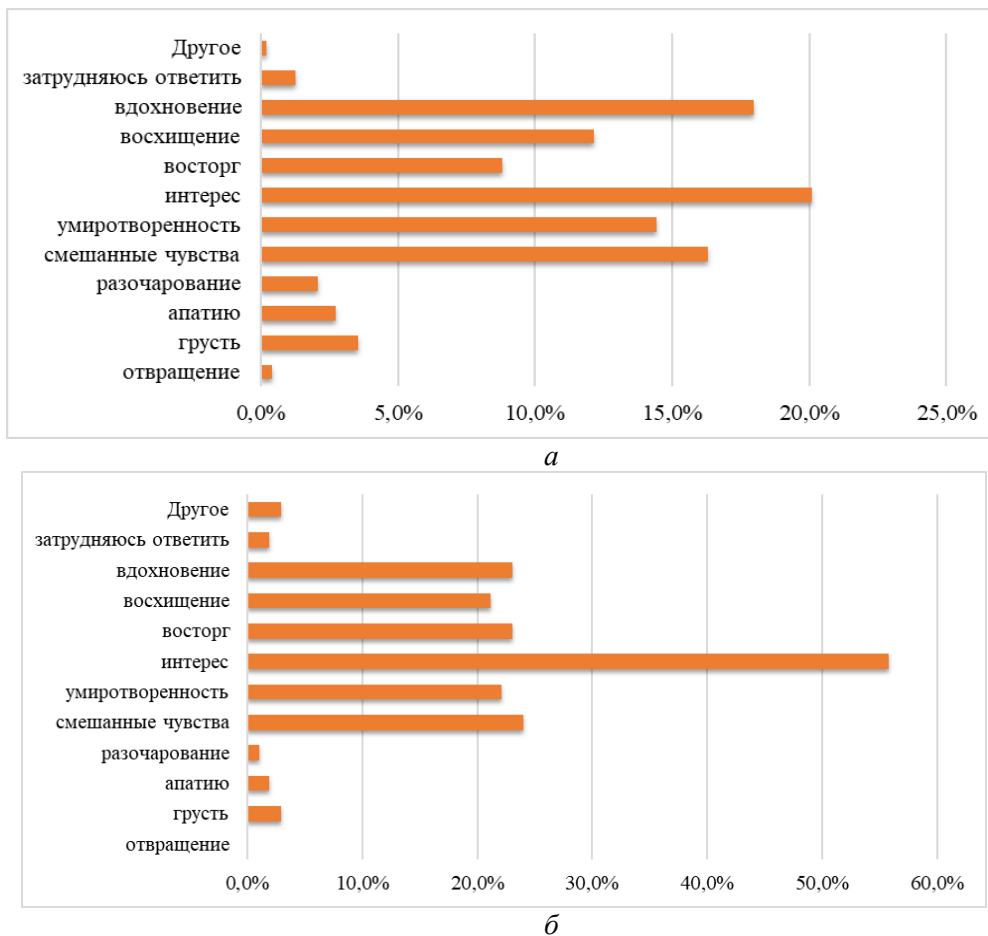


Рис. 1. «Какие эмоции у вас вызывает г. Калининград?», %
(а – местные жители, б – туристы)

Fig. 1. «What emotions do you have in Kaliningrad?», % (a – local residents, b – tourists)

Дома	Дома
Уют	Жизнь
Спокойствие	Молодость
Родина	Архитектура
Рыцари, янтарь, тевтонский орден	Англия
Море	Германия
История, архитектура	Польша
Верхнее озеро, колесо обозрения	Европа
Европа, море, романтика	Флот
Куршская коса, янтарь	Море
Кафедральный собор (Остров Канта)	Янтарь
Город свободы	Сожаление
Брусчатка	Серые хрущевки
Приключения	
Самая западная точка РФ	
Лишние ТЦ	
Грязь	
а	б

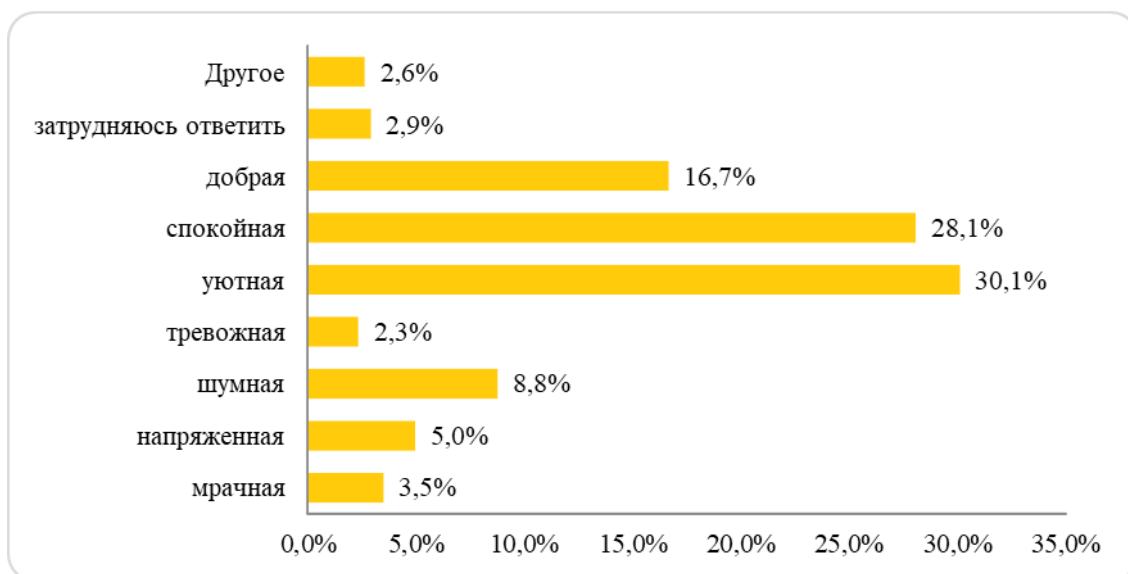
Рис. 2. Какие ассоциации у вас вызывает (вызвал) г. Калининград
(а – местные жители, б – туристы (гости города Калининграда))

Fig. 2. What associations do you have (had) in Kaliningrad
(a – local residents, b – tourists (guests of the city of Kaliningrad))

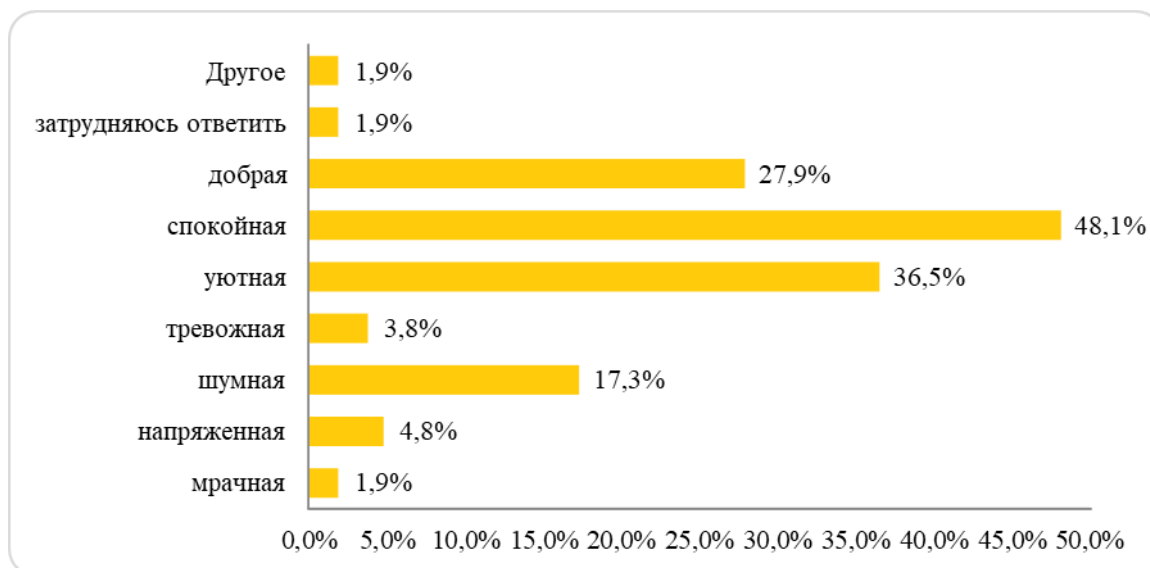
Жители Калининграда отметили уютную (30,1%), спокойную (28,1%) и добрую (16,7%) атмосферу. Только 2,3%, считают, что в Калининграде тревожно. Аналогичного мнения придерживаются и гости города (рис. 3).

Атмосфера Калининграда и существующие ресурсы были достойно отмечены гостя-

ми, что видно из рис. 4. Причем, гости города оценили потенциал города более высоко, чем местные жители. Только 18,8% жителей г. Калининграда оценивают возможность отдохнуть на «отлично» в противовес 44,7% гостей.



а



б

Рис. 3. Распределение ответов на вопрос: «Как вы можете охарактеризовать атмосферу в г. Калининграде?», % (а – местные жители, б – гости города Калининграда)

Fig. 3. Distribution of answers to the question: «How can you characterize the atmosphere in Kaliningrad?», % (a – local residents, b – guests of the city of Kaliningrad)

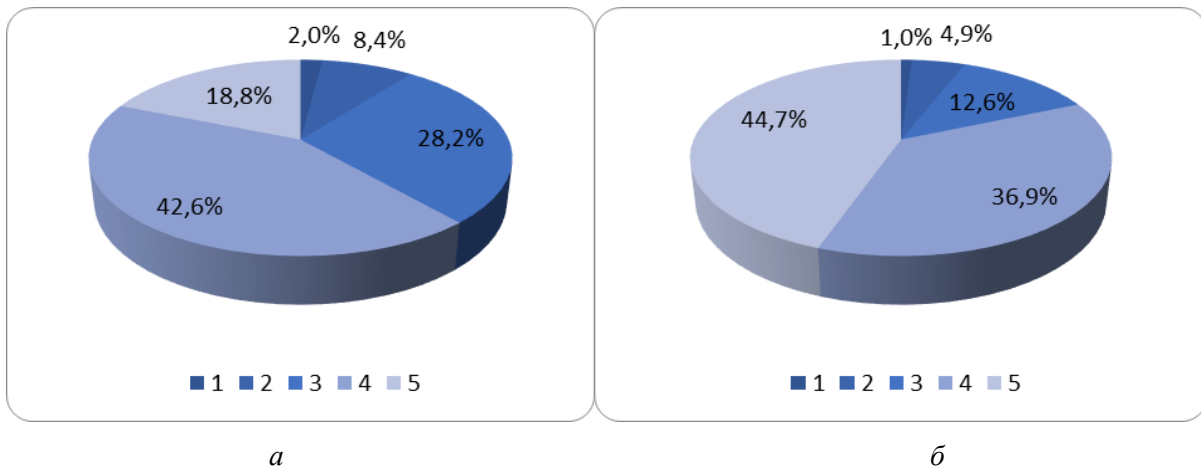


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос: «Как вы оцениваете возможность отдыха в г. Калининграда?», % (1 – минимальная оценка, 5 – максимальная)
Fig. 4. Distribution of answers to the question: «How do you assess the possibility of recreation in Kaliningrad?», % (1 – minimum score, 5 – maximum)

Вышеуказанные данные подкрепляются мнением жителей Калининграда, которые критикуют городской транспорт и нехватку мусорных контейнеров в городе, а также считают, что в Калининграде нужно построить аквапарк и улучшить уровень сервиса. Среди предложений также высказывались пожелания увеличить зеленые зоны, разместить указатели на английском языке, запретить точечное строительство и, главное, «нужно сформировать единое туристическое пространство в городе».

Согласно социологическому опросу, самыми популярными среди местных жителей, независимо от возрастной категории, являются парки города Калининграда (91,1%). На втором месте кинотеатры (72,4%), которые также доступны для любой возрастной категории. Развлекательные центры (54,7%) и культурные события (37,9%) в основном посещает молодежь. Спортивные сооружения (20,2%) и музеи (21,7%) не пользуются большой популярностью у горожан (рис. 5).

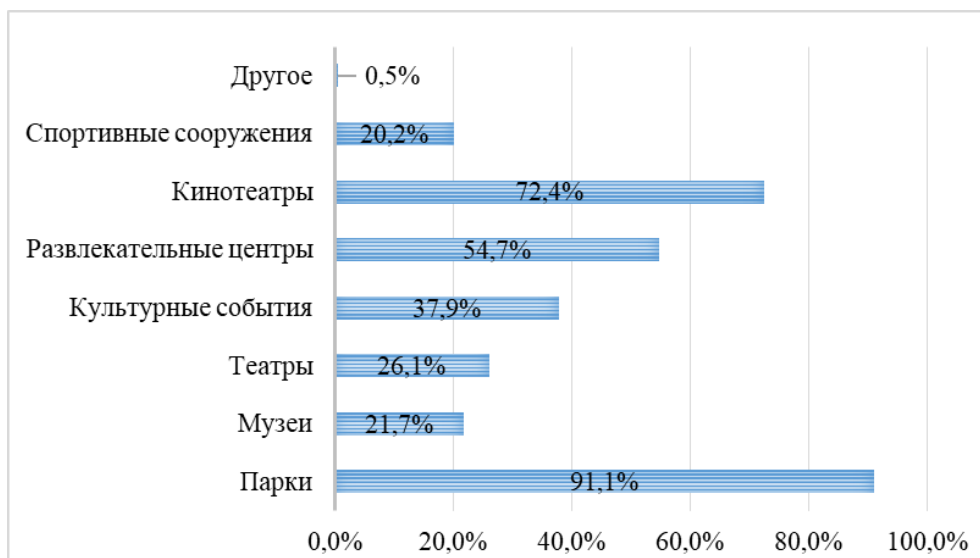


Рис. 5. Распределение ответов на вопрос: «Какими социально-культурными ресурсами города вы пользуетесь регулярно?», %
Fig. 5. Distribution of answers to the question: «What social and cultural resources of the city do you use regularly?», %

Как было отмечено выше, город Калининград обладает собственным самобытным социокультурным пространством. Гости и жители города ощущают старину зданий, которые обладают собственной неповторимой атмосферой.

Необычная атмосфера, особый дух города складывается из множества факторов, формируется веками. Поэтому при рассмотрении социокультурного пространства города имеет смысл исследовать не только сегодняшнее «лицо» города, но и его развитие в веках. Диахронический подход даст возможность как можно глубже понять душу Калининграда и его обитателей. Рассматривая развитие социума, коммуникаций и информации, символов и ценностей города с историко-культурной точки зрения, мы получаем богатую фактами основу для развития Калининграда как туристской дестинации. Посредством социологического опроса нами были выявлены основные черты социокультурного пространства города Калининграда. Однако для разработки проекта развития Калининграда как туристской дестинации необходимо ознакомиться с особенностями городского социокультурного пространства более детально, что будет предметом наших дальнейших исследований.

В результате проведенного исследования можно сказать, что в ходе культурно-исторического пути, пройденного Калининградом с момента основания и до наших дней, в городской культуре сформировались определённые черты, которые характерны для данной культуры, считаются положительными в парадигме сознания жителей города, а так же влияют на атмосферу самого города.

Таким образом, можно сделать вывод, что в контексте экономики впечатлений переосмысливается само понятие «город», поскольку не город как некое место привлекает людей, а город как жизненная среда, характерной чертой которой является существование особой неповторимой атмосферы. А объекты туристского показа (архитектура, памятники, музеи, галереи, театры и т. д.), городские жители, с присущей им одним мане-

рой поведения, характерная для города природная среда и т. д. являются составляющими особой целостной городской среды.

В заключении хотелось бы отметить, что, посещая конкретный город, турист стремится не столько посетить определённое место, сколько быть включённым в определённую жизненную среду, принять активное участие в особом процессе коммуникативного взаимодействия с определённой социокультурной средой. Возрастающий интерес к посещению городов, а также иной взгляд на саму сущность города дали возможность к выделению новой формы путешествия – городского туризма.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Колодий, Н. А. Культура как ресурс экономики ощущений // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 4 (16). С. 94-102. URL: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/phil/16/image/16-094.pdf> (дата обращения 10.09.2017).
2. Филин, В. А. Основы видсоэкологии. М., 1999.
3. Лэндри, Ч. Креативный город. М. : Классика-XXI, 2011.
4. Кулаков, В. И. Дорогами Ульмеригии: исторический путеводитель. Калининград : Промышленная типография «Б-К», 2000.
5. Корневцев, В. С., Семенова, Л. В. Кластерный подход в развитии туризма Калининградской области // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: гуманитарные и общественные науки. 2013. № 9. С. 153-159.
6. Семенова, Л. В., Зайцева Н. А., Драгилева И. И. и др. Стратегии развития туризма в Калининградской области. Проблемы и перспективы. М. : Русайнс, 2016.
7. Климова, Т. Б., Вишневецкая, Е. В. Туристский бизнес в условиях турбулентности // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2015. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». Т. 1, № 4(6), 2015. С. 39-43. URL: <http://research->

result.ru/journal/business/annotation/298/ (дата обращения 10.09.2017).

8. Шаповал, Е. В., Перепелкина, Н. О., Мутавчи, Е. П. Восприятие Калининградской области глазами потребителя // Глобальный научный потенциал. 2014. № 9(42). С. 120-122.

9. Чешина, Е. А., Мутавчи, Е. П. Исследование туристической привлекательности Калининграда // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Естественные и медицинские науки. 2016. № 1. С. 55-64.

References

1. Kolodiy, N. A. (2011), «*Culture as a resource of the economy of sensations*» // The Bulletin of Tomsk State University. № 4 (16). Pp. 94-102. URL: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/phil/16/image/16-094.pdf> (date of access: September 10, 2017). Russia.

2. Filin, V. A. (1999), «*Basics of vidsoecology*». MOSKOW Russia.

3. Landry, C. (2011), «*Creative City*». М.: Classics-XXI. Russia.

4. Kulakov, V. I. (2000), «*Ulmerigia Roads: a historical guide*». Kaliningrad : Industrial Printing House «В-К». Russia.

5. Korneevets, V. S., Semenova, L. V. (2013), «*A cluster approach in the development of tourism in Kaliningrad region*» // The Bulletin of the Baltic Federal University. I. Kant. Series: Humanities and Social Sciences. № . Pp. 153-159. Russia.

6. Semenova, L.V., Zaitseva, N.A., Dragileva, I.I. et al. (2016), «*Strategies for the development of tourism in Kaliningrad region. Problems and prospects*». Moscow. : Rusains, 2016. Russia.

7. Klimova, T. B., Vishnevskaya, E. V. (2015), «*Tourist business in conditions of turbulence*» // Research Result. Technologies of Business and Service. A series of «Technologies of Business and Service». Vol. 1, № 4 (6). Pp. 39-43. URL: <http://research-result.ru/journal/business/annotation/298/> (date of access: September 10, 2017). Russia.

8. Shapoval, E. V., Perepelkina, N. O., Mutavchi, E. P. (2014), «*Perception of Kaliningrad region through the eyes of the consumer*» // Global scientific potential. № 9 (42). Pp. 120-122. Russia.

9. Cheshina, E. A., Mutavchi, E. P. (2016), «*The study of the tourist attractiveness of Kaliningrad*» // The Bulletin of the Baltic Federal University. I. Kant. Series: Natural and Medical Sciences. № 1. Pp. 55-64. Russia.

Семенова Людмила Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент Института рекреации, туризма и физической культуры, Балтийский федеральный университет им. И. Канта

Semenova Lyudmila Valerjevna, PhD in Economics, Associate Professor, Institute of Recreation, Tourism and Physical Culture, Immanuel Kant Baltic Federal University

Мутавчи Еликанида Павловна, старший преподаватель Института рекреации, туризма и физической культуры, Балтийский федеральный университет им. И. Канта

Mutavchi Elikanida Pavlovna, Senior Lecturer, Institute of Recreation, Tourism and Physical Culture, Immanuel Kant Baltic Federal University

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2017-3-3-73-81

Слинкова О. К.

АГРОТУРИЗМ В СИСТЕМЕ МИРОВОГО
ТУРИСТСКОГО РЫНКА

Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»), ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия. *slinkova@bsu.edu.ru*

Аннотация. Особое место в системе современного мирового туристского рынка занимает агротуризм. Сегодня его принято рассматривать в качестве одного из ведущих и активно развивающихся секторов туристского рынка. Многие исследователи связывают это с возрастанием осознания обществом экологических проблем, увеличением техногенных нагрузок на общество, растущей урбанизацией и другими факторами. В статье предпринята попытка рассмотрения эволюции агротуризма и выявления факторов, оказывающих наиболее заметное влияние на его развитие. Приводится сравнительная характеристика развития агротуризма в различных странах. Проведенный анализ позволил сделать вывод о том, что тенденция активного роста агротуризма будет сохраняться достаточно длительное время, в том числе за счет вовлечения в эту сферу все новых и новых стран и регионов, в том числе России. Большое разнообразие природных, сельскохозяйственных, этнографических, культурных и иных ресурсов сельской местности России позволяет создавать конкурентоспособный туристский продукт на основе оптимального сочетания цены и качества. Большие потоки неорганизованных туристов свидетельствуют о наличии спроса на туристские ресурсы сельской местности, что, к сожалению, не подтверждается наличием существенного спроса на соответствующие туристские продукты. В статье формулируются первоочередные меры, способные придать ускорение развитию агротуризма в Российской Федерации.

Ключевые слова: туристский рынок, агротуризм, эволюция агротуризма, устойчивый туризм.

UDK 338.48

Slinkova O. K.

AGROTURISM IN THE SYSTEM
OF THE WORLD TOURISM MARKET

Belgorod State National Research University
85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia. *slinkova@bsu.edu.ru*

Abstract. Agrotourism takes a special place in the system of the modern world tourist market. Today it is considered to be one of the leading and actively developing sectors of the tourist market. Many researchers attribute this to the growing awareness of the society of environmental problems, an increase in man-made strain on society, growing urbanization and other factors. The article makes an attempt to examine the evolution of agrotourism and to identify the factors that have the most significant influence on its development. The comparative characteristic of agrotourism development in different countries is given. The analysis made it possible to conclude that the tendency of the active growth of agro-tourism will continue for quite a long time, including due to the involvement of more and more countries and regions, including Russia, in this sphere. A wide variety of natural, agricultural, ethnographic, cultural and other resources of rural Russia allows us to create a competitive tourist product on the basis of an optimal combination of price and quality. Large flows of unorganized tourists indicate the availability of demand for tourist resources in rural areas, which, unfortunately, is not confirmed by the presence of a significant demand for the corresponding tourist products. The article outlines the priority measures that can accelerate the development of agro-tourism in the Russian Federation.

Keywords: tourist market, agrotourism, evolution of agrotourism, sustainable tourism.

Введение. Агротуризм – относительно новое явление на мировом туристском рынке. Несмотря на свою молодость, агротуризм необычайно популярен, и в основе этой популярности лежит не только дань моде на все натуральное, но и множество экономических, социально-психологических и экологических факторов. Желание жить в гармонии природой, использовать натуральные продукты питания, забота о сохранении природы и культурной самобытности, как и стремление поддержать национальных сельскохозяйственных производителей, сгладить растущую дифференциацию в уровне жизни сельских и городских жителей – эти и многие другие факторы привели к необычайному росту популярности агротуризма во всем мире.

Быстрое развитие агротуризма обусловлено растущим спросом на данный вид отдыха как со стороны иностранных туристов, так и местного населения. Исследования показывают, что до 35% городских жителей отдают предпочтение сельскому отдыху. В некоторых странах их доля еще выше. Так, например, в Нидерландах туристы с такими предпочтениями составляют до 50% туристов, проживающих в городах. Официальные достоверные данные о вкладе агротуризма в экономику в целом и туристическую отрасль, в частности, практически отсутствуют. Тем не менее, по экспертным оценкам в Европе агротуризм обеспечивает от 10-12% [2] до 20-30% [3] совокупных доходов туристической индустрии. Кроме того, по мнению специалистов «Появляется все больше доказательств, что устойчивый рост туризма в сельской местности может привести к уменьшению масштабов бедности» [12]. Сказанное определяет возрастающий интерес к изучению мировых тенденций развития агротуризма.

Цель работы состоит в исследовании закономерностей развития агротуризма в мире и его особенностей в различных странах.

Материалы и методы исследования. В качестве источников информации для проведения исследования использовались труды отечественных и зарубежных специалистов в области агротуризма, а также данные официальной статистики. В качестве методологиче-

ской базы исследования применялись исторический и сравнительный подходы к изучению развития агротуризма, а также такие общенаучные методы, как анализ и синтез, дедукция и индукция, абстрагирование, обобщение и др.

Результаты исследования и их обсуждение. Зарождение агротуризма как отдельного направления туристской отрасли относится ко второй половине XX века. Многие исследователи связывают это с возрастанием осознания экологических проблем в конце прошлого столетия, увеличением техногенных нагрузок на общество, растущей урбанизацией, что естественным образом приводит к изменению системы ценностей и приоритетов. Россию и другие страны бывшего социалистического лагеря относят к так называемой «четвертой волне» развития агротуризма в мире. Здесь агротуризм как самостоятельный сектор туристской отрасли получил свое развитие только в 2000-е годы.

Принято считать, что «первая волна» развития агротуризма зародилась в Западной Европе, в таких странах, как Франция, Италия, Англия, Германия, Испания и др. При наличии множества разнообразных побудительных причин зарождения данного явления, в качестве основной следует рассматривать экономический кризис, поразивший сферу сельскохозяйственного производства в этих странах в связи с принятыми в рамках ЕЭС мерами по квотированию объемов сельскохозяйственного производства, ростом конкуренции со стороны американских агропроизводителей и невозможностью защитить интересы национальных агропроизводителей.

В этих условиях агротуризм стал рассматриваться как экономический инструмент реструктуризации сельского хозяйства, позволяющий нивелировать негативные экономические и социальные последствия кризиса (снижение доходов агропроизводителей, падение занятости в сельскохозяйственном секторе, деградация сельских территорий и др.) посредством создания новых форм малого бизнеса в сельской местности. Именно поэтому агротуризм в этих странах получил серьезную государственную поддержку. В свою

очередь, данная поддержка превратила агротуризм в весьма доходный сектор туристической индустрии.

Свое организационное и законодательное оформление агротуризм впервые получил во Франции. Здесь уже в 1955 году была создана Ассоциация сельского хозяйства и туризма. Через десять лет, в 1965 году аналогичная ассоциация была создана в Италии. Сегодня такие ассоциации функционируют в большинстве стран Европы. Основные задачи, реализуемые в рамках ассоциаций агротуризма, сводятся к установлению взаимодействия с туроператорами, представителями агротуристического бизнеса и власти, обеспечению их кооперации, представлению общих интересов сельских поставщиков туристических услуг, разработке стратегий развития агротуризма, продвижению туристических продуктов и др.

Туристские продукты в сфере агротуризма, предлагаемые в Западной Европе, имея много общего, имеют страновые отличия, определяемые специфическими условиями сельскохозяйственной деятельности, особенностями природных, этнографических, историко-культурных и иных ресурсов сельской местности.

Франция заслуженно считается лидером агротуризма в Западной Европе. Ежегодно Францию посещают более 7 млн. туристов, предпочитающих отдых в сельской местности [5]. Основные направления специализации агротуризма во Франции – винный и гастрономический туризм. В прибрежной зоне агротуризм оптимально сочетается с пляжным туризмом.

Большое количество и разнообразие средств размещения во Франции представлено фермерскими хозяйствами, апартаментами, шале, виллами, усадьбами и другими агротуристическими хозяйствами (*gîtes ruraux*). При этом агротуристические хозяйства могут находиться как во владении фермеров, так и туристических фирм и физических лиц, не являющихся жителями сельской местности.

Отличительной чертой агротуризма во Франции является большое разнообразие предлагаемых туристам видов отдыха. Помимо экскурсий на предприятия агробизнеса, это могут быть поездки по местным досто-

примечательностям, конные прогулки, рыбалка и многие другие виды активного отдыха. Активная государственная поддержка агротуризма во Франции имеет целью сохранение и развитие освоенности и комфортности проживания на сельских территориях, занимающих значительную долю общей площади страны. В соответствии с принятой в стране методикой к агротуризму относят только отдых в поселениях с численностью проживающих менее двух тысяч человек, занимающих около 80% общей территории.

Италия составляет достойную конкуренцию Франции в сфере агротуризма. Несмотря на более высокую по сравнению с Францией стоимость предоставляемых услуг, численность туристов, ежегодно выбирающих сельский отдых в Италии, составляет не менее 2 млн. человек [6]. Здесь, как и во Франции агротуризм тяготеет к гастрономическому и винному туризму, на морском побережье сочетаясь с пляжным, а в горных регионах – с горнолыжным туризмом.

В качестве основных средств размещения агротуристов в Италии используются агриколы (*agrigola*) и массерии (*masseri*). Агрикола представляет собой комнату или отдельное помещение фермерского хозяйства, предоставляемое туристу. Туристы, предпочитающие такой способ размещения, обычно ориентированы на простой отдых на природе, хотя при желании они могут быть вовлечены в качестве экскурсантов в процессы сельскохозяйственного производства.

Массерии представляют собой восстановленные исторические усадьбы, виллы, где предоставляются туристам не только более комфортные условия проживания, но и более разнообразные услуги. Как правило, каждая массерия имеет полный цикл сельскохозяйственного производства для непосредственной демонстрации туристам, будь то производство сыра, вина или оливкового масла. В массериях используются разнообразные анимационные программы, а также могут осуществляться исторические реконструкции. Следует также отметить, что в соответствии с законодательством даже фермерские хозяйства, предоставляющие самые бюджетные средства размещения, имеют право прини-

мать у себя туристов только при условии прохождения специального обучения. Также особенностью агротуризма в Италии является регламентируемое законом обязательство фермерского хозяйства, принимающего туристов, не прекращать сельскохозяйственного производства.

В Германии функционирует около 10000 предприятий агротуризма, входящих в региональные и федеральные ассоциации и объединения сельского туризма [7]. Помимо отдыха здесь предлагают разнообразные услуги, включающие конные прогулки, рыбалку, катание на велосипеде, творческие конкурсы, пленэры, концерты, экскурсии, пикники и многое другое.

Агротуризм в Германии является объектом значительного государственного внимания на всех уровнях власти. В основе такой политики лежат как экономические факторы, так и стремление максимально поддерживать культурную самобытность сельской местности. Возможно, именно поэтому в Германии наиболее распространен именно фермерский туризм, предполагающий проживание в фермерском доме совместно с хозяевами, включая оказание помощи по хозяйству. Также в силу этих причин агротуризм в Германии часто непосредственно смыкается с событийным туризмом. Народные праздники, ярмарки, фольклорные фестивали и многие другие событийные мероприятия становятся традиционным компонентом сельского отдыха.

В Англии в агротуризме работает свыше 25 тысяч малых предприятий, обеспечивая занятость около 400 тысяч человек [7]. Здесь, как и в Германии, имеет место преимущественная ориентация на совместное проживание туристов и владельцев агротуристических хозяйств. Серьезное внимание в Англии уделяется экологическому воспитанию, поэтому агротуристические хозяйства часто обустривают специальные площадки для молодняка домашних животных, позволяя детям ухаживать за ними.

Наиболее популярными формами проживания являются размещение в жилом доме фермера с предоставлением постели и завтрака (farm B&B) или в отдельно стоящем на территории фермы специально оборудован-

ном здании на условиях самообслуживания (self catering unit). Данные формы размещения являются доступными для малобюджетных туристов. Вместе с тем, сельский отдых в Англии может быть и очень дорогим. Клиенты с большими доходами и запросами, как правило, размещаются в специально реконструированных старинных замках и отелях класса «люкс».

Большой популярностью у иностранных агротуристов пользуется Испания, их количество ежегодно составляет более одного млн. человек, превышая численность внутренних туристов [7]. В Испании наиболее распространенной формой размещения агротуристов являются сельские гостиницы, располагающиеся в больших поместьях, фермах (gran finca), исторических усадьбах (finca histórica). Однако здесь можно и просто снять часть сельского дома (casa rurales), максимально погрузившись в сельский быт.

К так называемой «второй волне» развития агротуризма эксперты относят страны, в которых наряду с экономическими (стремление поддержать сельскохозяйственную отрасль) и социально-психологическими причинами (повышение привлекательности в сознании туристов сельского отдыха) на первый план вышли экологические факторы, связанные с необходимостью снижения нагрузки на природную среду и культурно-исторические центры, традиционно привлекающие большие потоки туристов. К этой группе стран принято относить Кипр, Грецию, США и др. Главной особенностью развития агротуризма в этих странах стало то, что, опираясь на опыт стран-лидеров в этой области, здесь изначально присутствовал высокий уровень централизации решения данной проблемы на уровне государственных структур.

Типичным примером такого подхода к развитию агротуризма является Кипр. Здесь в 1989 году в связи с чрезмерной экологической нагрузкой был принят мораторий на застройку территорий в пределах побережья. Это вызвало необходимость решения на государственном уровне вопроса о перераспределении туристических потоков. С этой целью был осуществлен комплексный анализ возможных новых направлений развития

туризма, результатом которого стала разработанная государственная программа развития агротуризма в стране. Данная программа предусматривала предоставление дотаций жителям сельских районов на переоборудование сельских домов для принятия туристов и оказание помощи в продвижении агротуристских продуктов. В 1995 году была создана Кипрская агротуристическая компания. В настоящее время более 60 зарегистрированных агротуристических хозяйств предлагают полноценный отдых в сельской местности [7].

США также относят ко второй волне развития агротуризма. Однако используемые здесь модели агротуризма имеют существенные отличия от европейских. Это определяется, во-первых, особенностями американского менталитета. Если в Европе принято считать, что общество должно нести ответственность за возможность обеспечения занятости и доходов населения, проживающего в сельской местности, то американское общество в значительной степени свободно от таких обязательств. Во-вторых, это определяется и чисто экономическими факторами: если в среднем по странам ЕС на одно фермерское хозяйство приходится примерно 14 гектаров земли, то в США – 190 гектаров [4].

Агротуристы, как правило, размещаются в отдельно стоящих на территории фермы или ранчо домах или кемпингах, реже – в доме собственника агротуристического хозяйства. Варианты включенности туристов в сельскохозяйственные процессы могут быть различными – от простой их демонстрации до активного стимулирования к участию в них. Так, некоторые владельцы агротуристических хозяйств могут предлагать скидки на проживание при условии краткосрочного участия в трудовой деятельности. Это часто служит весомым фактором привлечения молодежи и других малобюджетных туристов.

К «третьей волне» развития агротуризма обычно относят страны Восточной Европы, позднее вступившие в ЕС и ставшие преемниками ее опыта в этой сфере. Помимо государственной поддержки, развитию агротуризма в этих странах способствовала суще-

ственная финансовая помощь со стороны Евросоюза.

Несмотря на более позднее активное освоение этого сектора туристической индустрии, некоторые из этих стран достигли впечатляющих успехов в этой области. В качестве примера такого развития можно привести Польшу, которая по некоторым показателям агротуризма не отстает от признанных европейских лидеров агротуризма.

Агротуризм в Польше сегодня обеспечивает 4% валового внутреннего продукта. Обеспечение высоких темпов роста агротуризма в Польше – это, прежде всего, заслуга государственной политики, проводимой в этой области. В качестве действенных мер поддержания и развития данного туристического сектора можно назвать:

- освобождение агротуристических хозяйств от уплаты подоходного налога с доходов от туристической деятельности;
- законодательное закрепление стандартов агротуристического бизнеса;
- бесплатная регистрация гостевых домов и др.

Помимо этого, успехи Польши обусловлены тем, что здесь, в отличие от других стран бывшего социалистического лагеря, практически всегда сохранялись частная собственность на землю и особое отношение к сельскохозяйственному производству. В частности, в соответствии с польским законодательством право наследования земли имеют лишь лица, имеющие специальное образование для работы в сельском хозяйстве.

Сельские поселения в Польше занимают более 93% общей площади. При этом основу сельского хозяйства составляет малый бизнес. Средний размер земельного надела здесь значительно ниже, чем в целом по ЕС, и составляет 5,9 гектара [4].

Польская Федерация сельского туризма «Гостеприимные хозяйства» насчитывает свыше 600 сертифицированных по высшему стандарту качества агротуристических хозяйств, предлагающих помимо отдыха разнообразные услуги туристам: экскурсии, рыбалку, охоту, прокат лодок, велосипедов,

большой выбор блюд национальной кухни и многое другое [7].

Таким образом, мировая практика убедительно демонстрирует возрастающее значение агротуризма как в системе туристической индустрии, так и экономики в целом. Быстрый рост данного сектора туристской индустрии, который по данным исследований составляет до 6% в год [3], обеспечивается следующими факторами:

1) агротуризм выступает в качестве эффективного инструмента реструктуризации сельского хозяйства в условиях перепроизводства сельскохозяйственной продукции и возрастающей конкуренции за счет перевода части аграрного бизнеса из сферы производства в сферу услуг;

2) агротуризм способствует нивелированию различий в уровне жизни сельского и городского населения, преодолению бедности;

3) благодаря агротуризму появляются новые возможности сохранения культурной идентичности, поддержания и развития национальных традиций и укладов жизни;

4) агротуризм соответствует запросам значительной части современных туристов, являющихся носителями экологических ценностей, стремящихся на время отпуска покинуть урбанистическое пространство города и приобщиться к природе и истокам национальной культуры как своей страны, так и других государств.

Есть все основания полагать, что тенденция активного роста агротуризма будет сохраняться достаточно длительное время, в том числе за счет вовлечения в эту сферу все новых и новых стран и регионов. 2017 год объявлен Организацией Объединенных Наций международным годом устойчивого туризма. Это служит дополнительным аргументом в пользу признания агротуризма важнейшим туристическим сектором. Выступая в

качестве одного из подвидов экологического туризма, агротуризм в максимальной степени соответствует концепции устойчивого туризма, предполагающей гармонизацию экологических, экономических и социально-культурных интересов туристов и местного сообщества посредством рационального использования всех ресурсов туристической дестинации.

Россия имеет все возможности подняться на «четвертой волне» развития агротуризма. Большое разнообразие природных, сельскохозяйственных, этнографических, культурных и иных ресурсов сельской местности России позволяет создавать конкурентоспособный туристский продукт на основе оптимального сочетания цены и качества. Большие потоки неорганизованных туристов свидетельствуют о наличии спроса на туристские ресурсы сельской местности, что, к сожалению, не подтверждается наличием существенного спроса на соответствующие туристские продукты.

В России развитие агротуризма, скорее, является декларируемым лозунгом, нежели реальным фактом. Реальная активность в этой сфере остается весьма ограниченной. Функционирующая в России ассоциация содействия развитию агротуризма (АгроТуризмАссоциация) на своем официальном сайте декларирует целый ряд очень важных задач, включая экспедиционно-изыскательскую деятельность по выявлению возможностей развития агротуризма в регионах, научно-методическую деятельность по написанию концепций развития агротуризма в регионах, практическую работу по созданию агротуристических хозяйств и др., однако об уровне ее реальной активности убедительно свидетельствует, например, тот факт, что представленная на сайте лента «Вехи работы» заканчивается 2014 годом (рисунок).

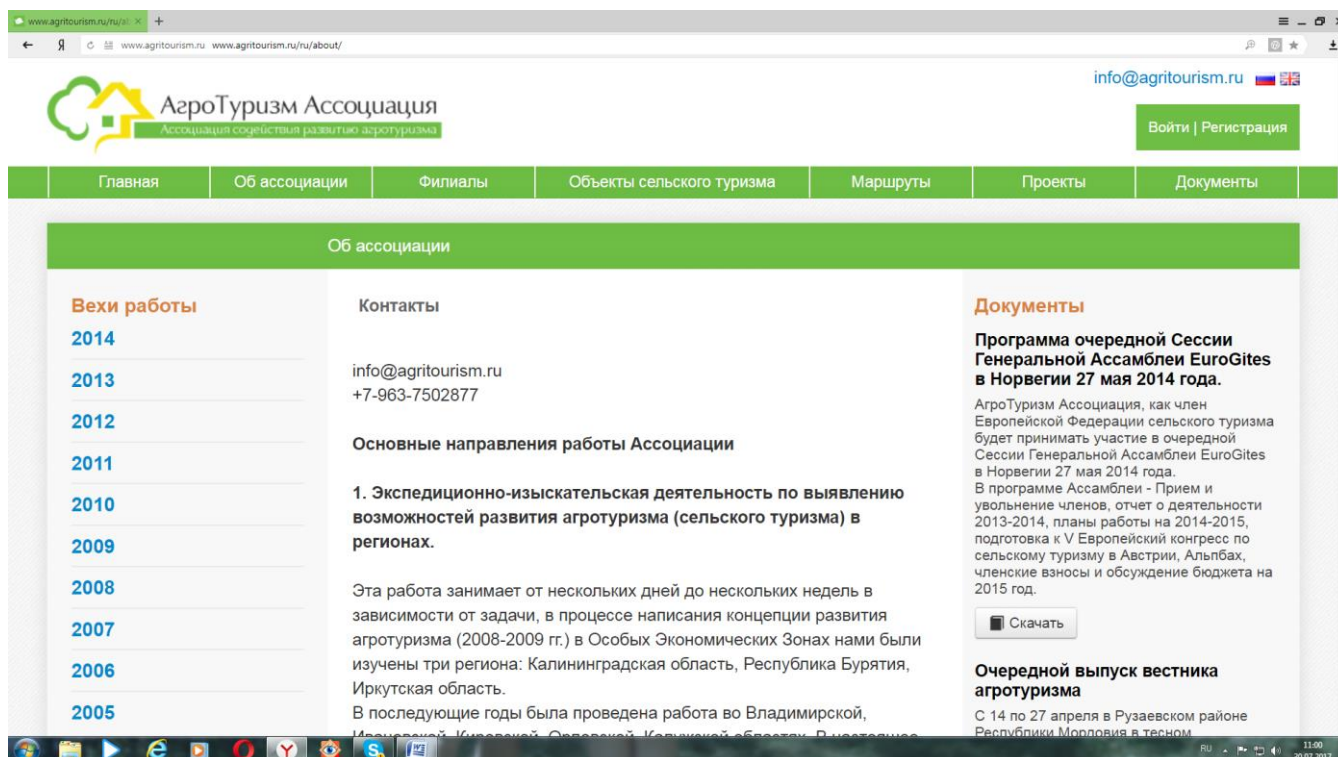


Рис. Скриншот портала www.agritourism.ru (дата обращения: 30.08.2017)
Fig. Screenshot of the portal www.agritourism.ru (date of access: August 30, 2017)

Несмотря на наличие некоторых весьма успешных примеров в этой области, предстоит еще очень много сделать для того, чтобы российский агротуризм занял достойное и соответствующее мировым тенденциям место в системе мирового туристского рынка. Вклад России в мировой агротуристический оборот составляет всего 1% [3]. Доля агротуризма на туристическом рынке России не превышает 2% [11]. Это, безусловно, не соответствует имеющемуся потенциалу в данной области.

Россия занимает 5-е место в мире по площади сельскохозяйственных угодий [9]. По данным Росстата численность сельского населения на 01 января 2017 года составила 37,8 млн. человек, или 26% от общей численности населения [8]. По данным Всероссийской сельскохозяйственной переписи 2016 году число крестьянских (фермерских) хозяйств снизилось по сравнению с 2006 годом и составило 136,6 против 253,1 тыс. единиц, а количество индивидуальных предпринимателей на селе увеличилось с 32 до 38 тыс. При этом площадь земли в среднем на одно на од

но фермерское хозяйство за указанный период увеличилась с 102,6 до 268,9 га, а по индивидуальным предпринимателям – с 106,2 до 149,0 га [1]. Представленные данные свидетельствуют, с одной стороны, об усилении конкуренции, а, во-вторых, об увеличении масштабов сельскохозяйственного производства в данном секторе сельского хозяйства.

Заключение. Сегодня, в условиях усложняющейся международной ситуации, роста терроризма, ужесточения санкций, снижения покупательной способности населения, в России значительно трансформируется туристический рынок. По сути, это позволяет говорить о наличии благоприятной ситуации для развития внутреннего туризма и агротуризма, в том числе. Сможет ли отечественный агротуристический бизнес воспользоваться этой ситуацией, зависит от многих факторов. При наличии необходимой ресурсной базы, явно ощущается как недостаток мотивации агропроизводителей и туристического бизнеса, так и действенных мер стимулирования этого процесса со стороны государственной власти. Первоочередными мера-

ми, способными дать толчок развитию агротуризма в Российской Федерации, должны стать:

- разработка законодательной базы, регламентирующей функционирование данного сектора туристической индустрии;
- оказание поддержки агротуристическим хозяйствам в виде льготного кредитования на обустройство туристской инфраструктуры;
- разработка и реализация региональных программ поддержки агротуризма.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: author have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Всероссийская сельскохозяйственная перепись 2016 года. Предварительные итоги: Статистический бюллетень / Федеральная служба государственной статистики. М.: ИИЦ «Статистика России», 2016, с. 7.
2. Здоров, А. Б. Комплексное развитие туризма в сельской местности [Электронный ресурс] // Режим доступа : <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 27.08.2017).
3. Казначеева, С. Н., Челнокова, Е. А., Коровина, Е. А. Агротуризм как одно из перспективных направлений индустрии туризма // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, № 3, 2017, с. 252.
4. Крутиков, В. К., Федорова, О. В., Гворыс, В. Развитие сельского туризма: преодоление инерции торможения (анализ отечественного и зарубежного опыта) // Российское предпринимательство, № 23 (245), 2013, с. 98.
5. Сайт национальной организации домов отдыха и туризма Франции [Электронный ресурс] // Режим доступа : <https://www.gites-de-france.com/> (дата обращения: 27.08.2017).
6. Сайт ассоциации сельского туризма Италии [Электронный ресурс] // Режим доступа : <https://www.agriturist.it> (дата обращения: 27.08.2017).
7. Сайт Европейской ассоциации сельского туризма [Электронный ресурс] // Режим доступа : <https://www.i> (дата обращения: 27.08.2017).

8. Сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] // Режим доступа : <http://www.gks.ru> (дата обращения: 30.08.2017).

9. Сельское хозяйство, охота и охотничье хозяйство, лесоводство в России. 2015 : Стат. сб. / Росстат. М., 2015, с.16.

10. Слинкова О.К. Globalization of the economy and socio-cultural risks // Сетевой научный журнал «Научный результат». Серия «Технологии бизнеса и сервиса». 2015 / Т. 1, № 4 (6). С. 29-32.

11. Что мешает развитию агротуризма в России? [Электронный ресурс] // Режим доступа : <http://www.agropages.ru/page/12679.shtml> (дата обращения: 30.08.2017).

12. *Tourism in the Green Economy Background Report. Published by the World Tourism Organization (UNWTO) and the United Nations Environment Programme (UNEP) Printed by the World Tourism Organization, Madrid, Spain. First printing: 2012.*

References

1. *The All-Russian agricultural census of 2016. Preliminary results: statistical bulletin (2016) / Federal state statistics service. Moscow information and analysis center «Statistics of Russia», p. 7. Russia.*
2. Zdorov, A. B. (2017), «*Integrated development of tourism in rural areas*» [Electronic resource] // Access mode: <http://cyberleninka.ru> (date of access: August 27, 2017). Russia.
3. Kaznacheeva, S. N., Chelnokova, E. A., Korovina, E. A. (2017), «*Agrotourism as one of the promising directions of the tourism industry*» // International Journal of Applied and Fundamental Research, № 3, p. 252. Russia.
4. Krutikov, V. K., Fedorova, O. V., Gvorys, V. (2017), «*Development of rural tourism: overcoming the inertia of inhibition (analysis of domestic and foreign experience)*» (2013) // Russian entrepreneurship, № 23 (245), p. 98. Russia.
5. *The Site of the National organization of holiday homes and tourism in France* [Electronic resource] // Access mode: <https://www.gites-de-france.com/> (date of access: August 27, 2017). Russia.
6. *The site of the Italian rural tourism association* (2017) [Electronic resource] // Access mode: <https://www.agriturist.it> (date of access: August 27, 2017). Russia.
7. *The site of the European association of rural tourism* (2017) [Electronic resource] // Access mode: <https://www.i> (date of access: August 27, 2017). Russia.

8. *The site of the federal service of state statistics* (2017) [Electronic resource] // Access mode: <http://www.gks.ru> (date of access: August 30, 2017). Russia.

9. *Agriculture, hunting and hunting, forestry in Russia. 2015* (2015) : Stat. / Rosstat. Moscow, p. 16. Russia.

10. Slinkova, O. K. (2015), «*Globalization of the economy and socio-cultural risks*» // *The Network scientific journal «scientific result». Series «Technologies of business and service»* (2015) / Т. 1. № 4 (6). Pp. 29-32. Russia.

11. *What hinders the development of agro-tourism in Russia?* (2017) [Electronic resource] // Access mode: <http://www.agropages.ru/page/12679.shtml> (date of access: August 30, 2017). Russia.

12. *Tourism in the green economy background report. Published by the World Tourism Organization (UNWTO) and the United Nations Environment Program (UNEP) Printed by the World Tourism Organization* (2012). Madrid, Spain. First printing. Spain.

Слинкова Ольга Константиновна, доктор экономических наук, профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса института управления, Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Slinkova Olga K., Doctor of Economics, Professor, Department of Tourism and Socio-cultural Service, Institute of Management, Belgorod State National Research University

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
PROBLEMS OF EFFICIENCY AND QUALITY IN SERVICE ACTIVITIES

УДК 330.341.42:640.43

DOI: 10.18413/2408-9346-2017-3-3-82-89

Антонова В. А.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО
БИЗНЕСА В ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского;
ул. Щорса, 31г. Донецк, 83050, Украина. lera06_60@mail.ru

Аннотация. Анализ окружающей среды служит инструментом, при помощи которого разработчики направлений развития ресторанного бизнеса контролируют внешние по отношению к предприятию факторы, что позволяет вовремя обнаружить потенциальные угрозы и предвидеть открывающиеся возможности для развития.

Исследование трансформационных процессов социально-экономического развития ресторанного бизнеса требует учета целого ряда факторов, обусловленных особенностями конкретного типа предприятия и ресторанной сферы деятельности в целом. Ранее экономисты в исследованиях ограничивались анализом отдельно взятой группы факторов внешней среды, что было обусловлено поставленными целями и ограниченностью экономической информации. Однако такой подход ограничивал анализ и не позволял использовать его результаты для эффективного управления развитием предприятия.

Предлагаемая авторская систематизация факторов развития ресторанного бизнеса основана на дифференциации их по определенным принципам. Использование такой классификации при мониторинге факторов позволяет нивелировать и нейтрализовать их негативное воздействие на развитие ресторанного бизнеса. При этом одновременно осуществляется анализ общих и специфических факторов в комплексе и во взаимосвязи.

Ключевые слова: ресторанный бизнес; развитие; факторы; среда; систематизация и мониторинг.

UDK 330.341.42:640.43

Antonova V. A.

SYSTEMATIZATION OF FACTORS OF DEVELOPMENT
OF RESTAURANT BUSINESS IN SPECIAL ECONOMIC
CONDITIONS

Donetsk National University of Economy and Trade named after
Michael Tugan-Baranovsky
31, Shchorsa St., Donetsk, 83050, Ukraine. lera06_60@mail.ru

Abstract. The analysis of the environment serves as a tool by which developers of the restaurant business development trends control external factors relative to the enterprise, which allows to detect potential threats in time and to anticipate the opening opportunities for development.

The study of the transformation processes of the social and economic development of the restaurant business requires the consideration of a number of factors that are determined by the specifics of the particular type of business and the restaurant industry in general. Previously, economists in their studies were limited to analyzing a single group of environmental factors, which was due to the goals set and the limited economic information. However, this approach limited

the analysis and did not allow the results to be used to effectively manage the development of the enterprise.

The proposed authorial systematization of the development factors of the restaurant business is based on their differentiation according to certain principles. The use of such a classification in the monitoring of factors allows to neutralize and neutralize their negative impact on the development of the restaurant business. At the same time, the analysis of general and specific factors as a whole and in interrelation is carried out.

Keywords: restaurant business; development; factors; environment; systematization and monitoring.

Введение. Современное состояние экономики любой страны, строящей свои отношения в различных сферах по рыночным законам, ставит ресторанный бизнес перед необходимостью формирования таких направлений развития хозяйственной деятельности, которые отвечают специфике и особенностям рынка, проведению взвешенной и обоснованной политики по производству продукции и предоставлению услуг, необходимых потребителям на рынке услуг. Ранее и менеджеры, и аналитики утверждали, что формирование направлений эффективного развития – это процесс, который не подвергается формализации. Такая точка зрения высказывалась в связи с тем, что на эффективность бизнеса в долгосрочном аспекте влияет большое количество разнонаправленных факторов, присутствующих во всех без исключения сферах деятельности: от производства, реализации и организации потребления продукции и услуг до планирования, прогнозирования, контроля, стимулирования. Представлялось невозможным свести все эти факторы в единую систему и спроецировать на единую цель, по этой причине при принятии решений каждый раз осуществлялось самостоятельное структурирование всего объема информации, а на основе анализа принималось во внимание влияние наиболее значимых факторов. Но даже при таком структурировании только незначительная доля весомой информации учитывалась при принятии важных решений, что имело объективное объяснение – отсутствие четкой систематизации факторов в силу их многообразия, мешавшее в полном объеме учитывать влияние каждого из них.

Цель исследования – систематизировать факторы таким образом, чтобы при разработке направлений развития ресторанного бизнеса в особых экономических условиях ниве-

лировать и нейтрализовать их негативное воздействие на процесс развития или минимизировать это воздействие.

Материалы и методы исследования. Базой для научного исследования послужили работы отечественных и зарубежных ученых-экономистов, занимающихся проблемами управления устойчивым функционированием и развитием в различных сферах деятельности, в том числе – в ресторанном бизнесе. Методологической основой исследования являются целевой, системный и комплексный подходы. Сформулированная цель достигнута с помощью системного анализа и синтеза, логического, ретроспективного и факторного анализа.

Обзор исследований и публикаций. На протяжении всего XX столетия существующий подход к принятию управленческих решений подвергался постоянной критике по причине ограниченности сведений о состоянии окружающей среды. В начале 90-х годов Д. Нортон и Р. Каплан сформулировали принципиально новую идеологию управления, в основе которой, наряду с количественными факторами, была положена и необходимость полноценной оценки значимости качественных факторов. Предложенный подход объединял важную информацию, с одной стороны, и позволял оценить любое мероприятие с точки зрения его влияния на конечную результативность бизнеса с учетом данной информации, с другой.

Существенный вклад в развитие прикладных и теоретических основ по определению сущности и приоритетности факторов влияния на формирование направлений развития осуществили отечественные и зарубежные ученые: Е. Божко, Т. В. Белопольская, В. А. Белошапка, В. И. Герасимчук, Ф. Котлер, Е. Ла-

пин, М. Мескон, С. В. Мочерный, В. С. Пономаренко, Р. А. Фатхутдинов, А. Томпсон, А. Томпсон-Мл., З. Е. Шершнева, М. Хитт и др. Разные авторы для исследования процесса развития использовали свои подходы, которые чаще всего сводились к выделению внешней и внутренней среды. Так, группа исследователей [3, 5, 10, 11, 14, 16, 19, 20, 22 и др.] использует факторы только для анализа развития. Другие ученые [18 и др.] выделяли только группы или отдельные факторы внешней среды, что ограничивает анализ и не позволяет его использовать для эффективного управления развитием в силу неполноты данных.

Экономисты [6, 7, 8, 12, 13, 16 и др.] свой подход сводят к тому, что факторы внешней и внутренней среды в той или иной степени влияют на формирование стратегии и на сам процесс управления развитием, и с этим невозможно не согласиться.

Управление развитием ресторанного бизнеса – сложный, непрерывный и трудоемкий процесс. Сложность его заключается в том, что любое предприятие – это открытая система, которая развивается в динамичной и часто неопределенной окружающей среде и состоит из многих взаимозависимых элементов, характеризующих возможности конкретного предприятия.

Результаты исследования и их обсуждение. Комплексный подход к проблеме управления развитием ресторанного бизнеса создает основу для системного исследования факторов. Это обуславливает специфику и подчеркивает нецелесообразность самостоятельного использования отдельных факторов в отрыве друг от друга и учет их в качестве определяющих в обеспечении развития ресторанного бизнеса. Возникает явная необходимость в классификации факторов для построения системы причинно-следственных связей и отношений на основе выбора признаков группировки.

В продолжение исследований отечественных и зарубежных ученых следует отметить, что системный подход в управлении развитием обуславливает необходимость взаимосвязанного и взаимозависимого изучения факторов с учетом их внутренних и внешних связей.

Систематизация предполагает размещение исследуемых явлений или объектов в определенном порядке с выделением их взаимосвязей и соподчиненности.

Априори необходимо признать, что на стабильность функционирования и развития любого предприятия влияет огромное, практически бесчисленное количество факторов разной природы, направленности и величины, обладающих разнообразными свойствами. Однако абсолютизация требования полного учета всех условий может привести к появлению громоздких и технически невыполнимых исследований, поскольку влияние факторов на стабильность исходной информации может проявляться через сотни параметров и показателей. Поэтому полноту охвата исходной информации следует ограничить требованием разумной и необходимой достаточности. Здесь обязательным условием выступает исследование тех основных факторов, которые в наибольшей степени влияют на стабильность функционирования и развития отдельного предприятия ресторанного бизнеса.

В то же время, основываясь на системном подходе, следует рассматривать влияние принятых к изучению факторов во взаимосвязи. Например, высокий уровень стабильности может быть достигнут путем полного и своевременного обеспечения производственного процесса необходимыми по количеству и качеству ресурсами, оборудованием, высокопрофессиональными кадрами, соответствующей информацией и т.п. Эффективное использование этих ресурсов должно определяться не только адаптацией к изменениям внешней среды, но и формированием лучшего изменения внешних и внутренних факторов. При этом воздействие на отдельные факторы внутренней среды вследствие синергетического эффекта не всегда может привести к получению соответствующего желаемого результата.

Сегодня уже недостаточно изучать самостоятельное влияние каждого отдельно взятого фактора, а необходима система причинно-следственных отношений факторов между собой, потому что классификация, даже если она и содержит достаточное количество эле-

ментов, выступает только первым шагом к ясности. А вся совокупность условий определяет масштабы и динамику развития исследуемого объекта и предмета. Изучение влияния условий, исходя из различных точек зрения, позволяет получить действительное представление об экономической среде, в которой действуют объект и предмет исследования.

Авторский подход в построении классификации факторов и их исследовании основывается на дифференциации по определенным принципам, среди которых: обеспечение комплексного, системного подхода и многоуровневой характеристики развития ресторанного бизнеса; определение полноты информации по каждому принятому фактору.

Каждый исследователь в той или иной степени прибегает к различным группировкам элементов исследуемого явления, в том числе и при упорядочении факторов, влияющих на это явление. Классификацию, как правило, осуществляют по наиболее существенным признакам, выносят на обсуждение свои, достаточно интересные, предложения, рассматривая факторы под разными углами зрения. Предлагаемая нами систематизация не претендует на какую-то абсолютность, а только способствует упорядочению факторов для наиболее полного и объективного исследования развития ресторанного бизнеса. Более того, предложенная классификация в определенном смысле является относительной, поскольку одни и те же факторы, в зависимости от цели исследования и соответствия определенным признакам, могут быть отнесены одновременно к разным группам.

Одним из методов систематизации факторов является создание детерминированных факторных систем. Это позволяет представить исследуемое явление в виде алгебраической суммы, части или произведения нескольких факторов, определяющих его величину и находящихся с ним в функциональной зависимости.

Развитие детерминированной факторной системы достигается, как правило, за счет детали-

зации комплексных факторов. Элементные не раскладываются на составляющие, потому что по своему смыслу они однородны. С развитием системы комплексные факторы постепенно детализируются на менее общие, приближаясь по своему аналитическому содержанию к элементным.

Исходя из изложенного, совершенствование факторного анализа чаще всего направлено на взаимозависимое изучение специфических факторов, которые находятся, как правило, в стохастической зависимости с результивными показателями.

На основании проведенного исследования разработана авторская классификация факторов управления развитием (рис. 1), в которой выделены основные группы: общие и специфические. Общие – характерны для развития предприятий различных сфер деятельности; специфические – подчеркивают специфику и своеобразие развития ресторанного бизнеса.

Внешняя среда, в которой сегодня функционирует ресторанный бизнес, становится более турбулентной и сложной, что, соответственно, усложняет процесс объяснения ее влияния на деятельность и развитие предприятия и отрасли в целом, на процесс достижения поставленных целей и решения определенных задач. Это обусловлено тем, что «современные экономические организации – это открытые системы, внутренняя стабильность которых зависит от условий внешней среды» [15].

При изучении окружающей среды основной целью ставится идентификация ее характеристик, которые, фактически, позволяют определить внешние возможности и потенциальные ограничения деятельности и развития ресторанного бизнеса. В ходе анализа внешней среды часто приходится иметь дело с неоднозначной, неполной и несвязанной информацией и данными. Несмотря на это, такие исследования важны для эффективной деятельности ресторанного бизнеса, функционирующего в условиях динамических изменений среды.



Рис. 1. Систематизация факторов развития ресторанного бизнеса
Fig. 1. Systematization of factors of the restaurant business development

Анализ выявляет трансформацию среды с целью установления факта появления важных тенденций, которые могут послужить движущей силой для дальнейшего эффективного развития. Выявленные же тенденции позволяют предвидеть то, что может произойти во внешней среде в будущем, скорость этих изменений, и, соответственно, учесть эти направленности в управлении развитием ресторанного бизнеса.

По результатам исследований зарубежных экономистов [21, 23 и др.] скорость изменений окружения современных организаций возрастает. Основными признаками этого процесса выступают: активное внедрение и широкое распространение различных научно-технических инноваций. Другим подобным изменением являются институциональные преобразования, которые, в частности, связа-

ны с переходом Украины от административно-командной к рыночной экономике.

На основе предложенной систематизации осуществлен мониторинг факторов развития ресторанного бизнеса, который позволил составить динамическую типологическую структуру сети ресторанного бизнеса в Украине и Донецкой области и выявить устойчивую тенденцию увеличения рынка кафе, закусочных, буфетов, столовых и поставляющих пищу предприятий ресторанного бизнеса (рис. 2). Внимание к себе привлекают промышленные регионы, где расположена большая часть предприятий ресторанного бизнеса.

В условиях рынка анализ факторов среды выполняет целый ряд важных функций:

1) позволяет принимать обоснованные решения с точки зрения управления;

2) улучшает учет наиболее важных факторов, влияющих на деятельность предприятия, с позиции планирования и прогнозирования;

3) обеспечивает информацией для лучшего выполнения оперативных функций с точки зрения текущей деятельности.



1 – рестораны; 2 – кафе; 3 – бары; 4 – столовые и поставляющие пищу заведения

Рис. 2. Изменение структуры ресторанного бизнеса по типам

Fig. 2. Changing the structure of the restaurant business by types

Много факторов как внешней, так и внутренней среды можно назвать факторами потенциальной угрозы стабильности и развитию ресторанного бизнеса. Для создания системы раннего предупреждения появления опасных факторов необходима четкая система мониторинга, которая может осуществляться на базе предложенной классификации факторов, что позволяет качественно организовать их сканирование. Возникновение неустойчивых ситуаций в значительной степени обуславливается внутренними факторами, в первую очередь, неэффективным менеджментом и его составными, во вторую. В то же время рассмотренные факторы, способствующие развитию неустойчивости, как при отдельном, так и при комплексном воздействии (при надлежащем потенциале и надлежащем мониторинге и управлении), не обязательно будут иметь катастрофические последствия, и не всегда будут приводить к кризису.

Заключение. Таким образом, в современных условиях невозможно достичь успе-

ха, если концентрировать внимание исключительно на анализе только одной группы факторов и осуществлять только на основе этих результатов разработку планов реформирования деятельности предприятий и ресторанного бизнеса в целом. В условиях высокого динамизма внешней среды вероятность выживания предприятия на рынке находится в положительной корреляционной зависимости от активности его действий в направлении «избегания» или «сглаживания» рыночных угроз и максимального использования существующих явных возможностей.

Главной задачей анализа факторов развития выступает деятельность по нейтрализации или нивелированию влияния отрицательных факторов внешнего окружения и уменьшению их количества и степени воздействия. Следующей, не менее важной задачей, подлежащей решению, должно стать стремление к наиболее полному использованию положительных возможностей для развития ресторанного бизнеса, которые находятся внутри

или за пределами предприятия, т.е. увеличение имеющегося качественно-количественного потенциала внешнего окружения и внутренних резервов.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: author have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Антонова, В. А. Анализ влияния факторов внешней среды как необходимая основа для формирования действенной стратегии развития предприятий ресторанного хозяйства / В. А. Антонова // Экономическая стратегия и перспективы развития сферы торговли и услуг : сб. науч. пр. Харьков : ХДУХТ, 2007. № 2(6). С. 342-347.
2. Антонова, В. А. Формирование системы показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса / В. А. Антонова / Сетевой научный журнал Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т. 3. № 2. С. 23-30.
3. Белопольська, Т. В. Стратегічне управління розвитком підприємствами реального сектору економіки: механізми, методи, моделі : монографія / Т. В. Белопольська, В. М. Андрієнко, Я. В. Лендел, О. О. Плахотнік. Донецьк, 2012. 156 с.
4. Белошапка, В. А. Стратегічне керування: принципи і міжнародна практика / В. А. Белошапка, Г. В. Загір'їв. Киев : Абсолют-В, 1998. 352 с.
5. Василенко, А. В. Менеджмент устойчивого развития предприятий : монография / А. В. Василенко. Киев : Центр уч. лит., 2005. 648 с.
6. Виханский, О. С. Стратегическое управление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.koob.ru/.../strategicheskoe_upravlenie (дата обращения: 20.08.2017).
7. Герасимчук, В. Г. Развитие предприятия: диагностика, стратегия, эффективность : монография / В. Г. Герасимчук. Киев : Вища школа, 1995. 265 с.
8. Гольдштейн, Г. Я. Стратегические аспекты управления НИИОКР : монография / Г. Я. Гольдштейн. Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2000. 244 с.
9. Котлер, Ф. Маневры маркетинга. Современные подходы к прибыли, росту и обновлению / Ф. Котлер, Д. К. Джайн, С. Мэйсинси ; пер. с англ. М. : ОЛИМП-БИЗНЕС, 2003. 224 с.
10. Крылатых, Э. Н. Основы макроэкономики / Э. Н. Крылатых. М. : ТЕКС, 1999. 104 с.
11. Мескон, М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. М. : Дело, 1992. 702 с.
12. Минцберг, Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Куин, С. Гошал; пер. с англ. СПб. : Питер, 2001. 688 с.
13. Пономаренко, В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. Харків : Інжік, 2003. 328 с.
14. П'ятницька, Г. Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація : монографія / Г. Т. П'ятницька. Киев : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2007. 465 с.
15. Стратегическое планирование / [под ред. Э.А. Уткина]. М. : ГАНДЕМ, ЭКМОС, 1998. 440 с.
16. Томпсон, А. Л. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учеб. для вузов [пер. с англ.] / А. Л. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. 576 с.
17. Фатхутдинов, Р. А. Глобальная конкурентоспособность: инструменты системного развития : монография / Р. А. Фатхутдинов. М. : Стандарты и качество, 2009. 464 с.
18. Хомелянский, Б. Н. Экономический потенциал социальной инфраструктуры региона / Б. Н. Хомелянский. // Регион: экономика и социология. 1996. № 4. С.140-155.
19. Шершньова, З. Є. Стратегічне управління / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. Киев : КНЕУ, 1999. 384 с.
20. Adams, J. S. (1976), «*The structure and dynamics behavior in organizational boundary roles*» / Handbook of Industrial and Organizational Psychology. Ed. by M. Dunnette / J. S. Adams, Chicago. USA.
21. Arndt, H. W. (1996), «*Economic development the history of an idea*» / H. W. Arndt. Chicago and London. 230 p. USA, England.
22. Hitt, Michael A. (1999), «*Strategic management: competitiveness and globalization: concept and cases*» / Hitt A. Michael., R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson / 3rd ed. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing, International Thomson Publishing company. USA.
23. *Intelligent enterprise*, (2005). № 22, 24.
24. North, D. (1991), «*Institutions, Institutional change, and economic performance*». Cambridge: Cambridge University Press. England.

References

1. Antonova, V. A. (2007), «*Analysis of the influence of factors of the environment as a prerequisite for the formation of an active strategy for the development of restaurant enterprises*» / V. A. Antonova // Economic strategy and prospects of development of the sphere of trade and services: Sb. sciences Kharkiv: KhDUHT. № 2 (6). 342-347. Ukraine.
2. Antonova, V. A. (2007), «*Formation of the system of indicators of performance of management of development of the restaurant business*» // Research Result. Business Technology and Service. № 2. Pp. 23-30.
3. Belopolskaya, T. V. (2012), «*Strategic management of development by enterprises of the real sector of the economy: mechanisms, methods, models*» : monograph / T. Belopolskaya, V. M. Andrienko, Ya. V. Landel, O. O. Plahotnik. Donetsk. 156 p. Ukraine.
4. Beloshapka, V. A. (1998), «*Strategic management: principles and international practice*» / V. A. Beloshapka, G. V. Zagirev. Kiev: Absolute-V. 352 p. Ukraine.
5. Vasilenko, A. V. (2005), «*Management of sustainable enterprise development*» : monograph / A. V. Vasilenko. Kiev : The center of the school. Lit.. 648 p. Ukraine.
6. Vikhansky, O. S. (2017), «*Strategic management*» [Electronic resource]. Access mode: http://www.koob.en/.../strategicheskoe_uypravlenie (date of access: August 20, 2017). Russia.
7. Gerasimchuk, V. G. (1995), «*Development of the enterprise: diagnostics, strategy, efficiency*» : monograph / V. G. Gerasimchuk. Kiev: Higher school. 265 p. Ukraine.
8. Goldstein, G. Y. (2000), «*Strategic aspects of NIIOCR management*» : monograph / G. Y. Goldstein. Taganrog : Publishing house TRTU. 244 p. Russia.
9. Kotler, F. (2003), «*Marketing maneuvers. Modern approaches to profit, growth and renewal*» / F. Kotler, D. K. Jain, S. Maisinsi; Per. With the English. Moscow : OLYMPUS BUSINESS, 2003. 224 p. Russia.
10. Kryladykh, E. N. (1999), «*Fundamentals of Macroeconomics*» / E. N. Kryladykh. Moscow : TEX. 104 p. Russia.
11. Meskon, M. H. (1992), «*Fundamentals of Management*» / M. H. Meskon, M. Albert, F. Hedouri; Transl. from English. Moscow : The case. 702 p. Russia.
12. Mintsberg, G. (2001), «*The strategic process*» / G. Mintzberg, J. Quinn, S. Goshal; Per. With the English. St. Petersburg : Peter. 688 p. Russia.
13. Ponomarenko, V. S. (2003), «*The Strategy of Enterprise Development of Penetration in the Crisis*» : monograph / V. S. Ponomarenko, A. M. Tridid, M. O. Kizim. Kharkiv: Inzhik. 328 p. Ukraine.
14. Pyatnitskaya, G. T. (2007), «*The restaurant of the State of Ukraine: market transformations, innovation development, structural reorientation*» : monograph / G. T. Pyatnitskaya. Kiev: Kiev. nats trading-econ. Unt. 465 p. Ukraine.
15. *Strategic planning* (1998) / [ed. E.A. Utkin]. Moscow : TANDEM, EKMOС. 440 p. Russia.
16. Thompson, A. L. (1998), «*Strategic Management. The art of developing and implementing a strategy*» : textbook for universities [transl. from English] / A. L. Thompson, A. J. Strickland. Moscow : Banks and stock exchanges, UNITY. 576 p. Russia.
17. Fatkhutdinov, R. A. (2009), «*The global competitiveness: tools of system development*» : monograph / R. A. Fatkhutdinov. Moscow : Standards and Quality. 464 p. Russia.
18. Khomeliansky, B. N. (1996), «*The economic potential of the social infrastructure of the region*» / B. N. Khomeliansky. // Region : Economics and Sociology. № 4. Pp. 140-155. Russia.
19. Shershnyova, Z. E. (1999), «*Strategic management*» / Z. E. Shershnyova, SV Oborskaya. Kiev: KNEU. 384 p. Ukraine.
20. Adams, J. S. (1976), «*The structure and dynamics behavior in organizational boundary roles*» / Handbook of Industrial and Organizational Psychology. Ed. by M. Dunnette / J. S. Adams, Chicago. USA.
21. Arndt, H. W. (1996), «*Economic development the history of an idea*» / H. W. Arndt. Chicago and London. 230 p. USA, England.
22. Hitt, Michael A. (1999), «*Strategic management: competitiveness and globalization: concept and cases*» / Hitt A. Michael., R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson / 3rd ed. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing, International Thomson Publishing company. USA.
23. *Intelligent enterprise*, (2005). № 22, 24.
24. North, D. (1991), «*Institutions, Institutional change, and economic performance*». Cambridge: Cambridge University Press. England.

Антонова Валерия Анатольевна, профессор, доктор экономических наук, доцент, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского

Antonova Valeriya A., Professor, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Donetsk National University of Economy and Trade named after Michael Tugan-Baranovsky

УДК 338; 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2017-3-3-90-100

Оборин М. С.

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ
ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО
КОМПЛЕКСА РЕГИОНОВ РОССИИ**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, Пермский филиал,
бульвар Гагарина, 57, г. Пермь, 614070, Россия. recreachin@rambler.ru
Пермский государственный национальный исследовательский университет
ул. Букирева, 15, г. Пермь, 614990, Россия. recreachin@rambler.ru

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы развития санаторно-курортного комплекса на примере Приволжского федерального округа. В настоящее время актуальной является проблема исследования факторов развития отраслей и отраслевых комплексов с учетом стратегических целей и задач, поэтому маркетинговые технологии позволяют объединить традиционные финансово-экономические и управленческие методы. Рассматриваемые субъекты Российской Федерации обладают развитым санаторно-курортным комплексом, а также природными лечебными ресурсами, потенциал которых не используется в полной мере. Преимущества маркетинговой технологии заключаются в выявлении направлений развития, которые учитывают комплекс внешних и внутренних факторов, опираются не только на системный, но и ситуационный подход, являющийся необходимым в нестабильных макроэкономических условиях.

В статье на основании обработки статистических данных сделаны выводы о тенденциях и перспективах развития санаторно-курортного комплекса Приволжского федерального округа, охарактеризованы основные факторы положительного и негативного влияния. При помощи маркетинговой технологии предложены пути решения проблем, которые должны осуществляться комплексно, на основе стратегии развития профильных предприятий, оказывающих лечебно-оздоровительные услуги.

Ключевые слова: маркетинговые технологии; санаторно-курортный комплекс; санаторно-курортные организации; SWOT-анализ; факторы развития; стратегия.

UDK 338; 338.48

Oborin M. S.

**MARKETING TECHNOLOGIES FOR STUDYING THE FACTORS
OF DEVELOPMENT OF THE SANATORIUM-RESORT
COMPLEX OF THE REGIONS OF RUSSIA**

Plekhanov Russian University of Economics, Perm branch,
57 Gagarin Blvd., Perm, 614070, Russia. recreachin@rambler.ru
Perm State National Research University
15 Bukirev St., Perm, 614990, Russia. recreachin@rambler.ru

Abstract. The article considers the problems of development of sanatorium-resort complex on the example of Privolzhsky Federal District. At present, the problem of studying the factors of the development of industries and industrial complexes taking into account strategic goals and tasks is urgent, therefore marketing technologies allow us to combine traditional financial, economic and management methods. The subjects of the Russian Federation under consideration have a developed sanatorium-resort complex, as well as natural curative resources, whose potential is not fully utilized. The advantages of marketing technology consist in identifying the development

trends that take into account a set of external and internal factors, rely not only on the systemic, but also on the situational approach that is necessary in unstable macroeconomic conditions.

In the article, based on the processing of statistical data, conclusions were made about trends and prospects for the development of the sanatorium and resort complex of the Volga Federal District, the main factors of positive and negative influence were characterized. With the help of marketing technology, the ways of solving problems that should be implemented comprehensively are proposed on the basis of the strategy of development of profile enterprises that provide medical and health services.

Key words: marketing technologies; sanatorium-resort complex; sanatorium-resort organizations; SWOT-analysis; growth drivers; strategy.

Введение. В последнее десятилетие наблюдается определенная стабилизация в развитии санаторно-курортного комплекса (СКК) России, но до настоящего времени в стране отсутствует единая программа его функционирования. Для данного вида деятельности характерна высокая себестоимость санаторно-курортных услуг, связанная с использованием природных лечебных ресурсов. Все это снижает конкурентные преимущества российских курортов перед аналогичными предприятиями в ближнем зарубежье.

В распределении санаторно-курортных организаций (СКО) по всей территории России и отдельным федеральным округам не прослеживается четкой зависимости, распределение СКО подчиняется плотности распространения природных лечебных ресурсов. Наибольшее количество санаториев и курортов расположено в Центральном, Приволжском, Уральском, Сибирском, Южном и Северо-Кавказском федеральных округах.

СКО осуществляют одну из самых значимых социально-биологических функций – комплексное оздоровление организма человека, восстановление здоровья, лечение хронических заболеваний и утраченных сил в рабочее время. СКО имеют все необходимые для своего функционирования ресурсы, к которым можно отнести следующие группы:

1) природно-лечебные ресурсы: бальнеологические – минеральные воды, грязи и питьевые воды; климатические условия местности и ландшафтное разнообразие;

2) рекреационные и историко-культурные ресурсы: объекты отдыха и досуга, спортивные сооружения, культурные памятники, ООПТ и др.

3) трудовые ресурсы: медицинский персонал, менеджеры и вспомогательный персонал;

4) экономические ресурсы: финансы, материальные средства, финансовые активы, дебиторская задолженность, субсидии государства, гранты;

5) организационно-управленческие ресурсы: информация, организационная структура управления, нормативно-правовые документы;

6) инфраструктурные ресурсы: лечебная, жилищная и вспомогательная инфраструктура, материальные средства.

Нужно отметить, что отечественная санаторно-курортологическая школа в отличие от западных или американских аналогов существенно отличается большей фундаментальностью в организации лечебного процесса с максимальным использованием природных лечебных ресурсов, что сопровождается жестким курортным режимом, постоянным врачебным контролем и наблюдением. Все это позволяет достичь наибольшей эффективности курортного лечения. Стандартный семейный отдых у океана или на море, а также прием эпизодических СПА-процедур не заменит полноценного российского санаторно-курортного лечения и отдыха.

Ввиду высокой себестоимости лечебно-оздоровительных услуг мелкие российские организации санаторно-курортного комплекса не выдерживают конкуренции и функционируют только крупные. В настоящее время по распространенным статистическим данным в России осталось более 2100 санаториев и курортов общей номинальной емкостью более 410000 мест, что не в полной мере удовлетворяет потребности санаторно-

курортного лечения. Из всего количества СКО России только около 50 принадлежат Министерству здравоохранения РФ, а остальные – другим государственным структурам управления, муниципалитетам, крупным предприятиям и частным лицам.

В санаторно-курортном комплексе большинства регионов России наблюдается тенденция сокращения общего количества санаториев, что может быть связано со снижением покупательской способности граждан, высокой себестоимостью курортного лечения и недостаточной поддержкой государства. Чтобы продолжать функционировать при сниженном спросе, санаторно-курортным организациям необходимо брать пример с предприятий других отраслей и проводить диверсификацию. Диверсификация СКО заключается в частичном переориентировании бизнеса с лечебно-оздоровительного туризма на оздоровительные программы – СПА-процедуры.

Санаторно-курортная деятельность для предпринимателей достаточно затратная. Вложенные инвестиции достигают точки безубыточности за длительный срок, окупаются в долгосрочной перспективе, притом не принося достаточно высокую прибыльность. Покупка медицинского оборудования является значительной расходной частью бюджета. При этом, медицинское оборудование со временем устаревает и для стабильного конкурентоспособного функционирования необходимо осуществлять новые закупки. Таким образом, получается «замкнутый круг». Постоянные затраты СКО направлены на содержание санаторно-курортной инфраструктуры (питьевые бюветы, поликлиники, различные корпуса, бальнеогрязелечебница, территория СКО, тренажерные и концертные залы), а также связаны с добычей природных лечебных ресурсов (минеральные воды и грязи). Параллельные затраты направлены на обучение и переподготовку медицинского и вспомогательного персонала. Таким образом, по указанным выше особенностям себестоимость лечения и оздоровления в СКО находится на высоком уровне, что оказывает прямое влияние на рыночные цены санаторно-

курортных услуг. Снижение себестоимости на лечение в СКО может быть достигнуто за счет государственных программ и субсидирования.

Снижение уровня жизни населения из-за мирового финансового кризиса побуждает потенциальных клиентов услуг СКО воспользоваться более дешевым и менее качественным лечением на морских курортах Египта, Турции, Латвии, Таиланда, Вьетнама и др. Из государственной поддержки санаторно-курортного комплекса во многих субъектах РФ действует только распределение социальных путевок через Фонд социального страхования, но, к сожалению, этим охвачена небольшая доля санаториев и курортов региона. Все это недостаточно для формирования конкурентоспособной санаторно-курортной отрасли, именно поэтому необходима разработка региональной программы развития санаторно-курортного комплекса.

Основная часть. Снижение количества СКО в Российской Федерации связано с отсутствием целевых программ (или концепций, стратегий) по устойчивому социально-экономическому развитию санаторно-курортных организаций. Далее рассмотрим степень научной проработанности курортного дела.

Как часть медицинской отрасли, СКО рассматриваются в работах Н. В. Вериковской [3], Х. М. Мустафина [7], И. И. Готадзе [5] и др. Вериковская Н. В. в своей работе уделяет особое внимание совершенствованию системы менеджмента СКО путем разработки модели реабилитации больных и внедрения компьютерной поддержки принятия решений при организации восстановительного лечения. Х. М. Мустафин при изучении СКК акцентировал особое внимание на медико-социально-экономической эффективности. И. И. Готадзе уделяет внимание программам послетрудовой реабилитации индивидов.

Географические аспекты санаторно-курортных организаций затронуты в трудах Е. В. Мысливка [8] и др. В своей работе Е. В. Мысливка уделила внимание проблемам туристско-рекреационной системы Черноморского побережья Краснодарского края и ме-

ханизмам их решения. С экономико-управленческой точки зрения СКК рассмотрен в работах И. С. Барчукова [1], Т. И. Кисилевич [6], А. М. Ветитнева [4] и др.

Барчуков И. С. уделит внимание общим вопросам менеджмента, экономики, права и их взаимосвязи между собой в санаторно-курортном деле. Т. И. Кисилевич рассматривает теоретико-методологические аспекты и практические вопросы внутреннего и внешнего аудита СКО, как экономических хозяйствующих субъектов. А. М. Ветитнев рассматривает вопросы организации санаторно-курортного маркетинга, предлагает методи-

ческие рекомендации по использованию сети Интернет для продвижения СКО. М. С. Оборин рассматривал туристско-рекреационную деятельность и санаторно-курортный комплекс в современных условиях [11].

Для изучения санаторно-курортного комплекса регионов России целесообразно применять маркетинговые технологии, основанные на исследовании разнообразных факторов развития, а также выявлении проблем и препятствий [2, 9].

Рассмотрим динамику санаториев и курортов в Приволжском федеральном округе за 2003-2015 годы (рис. 1).

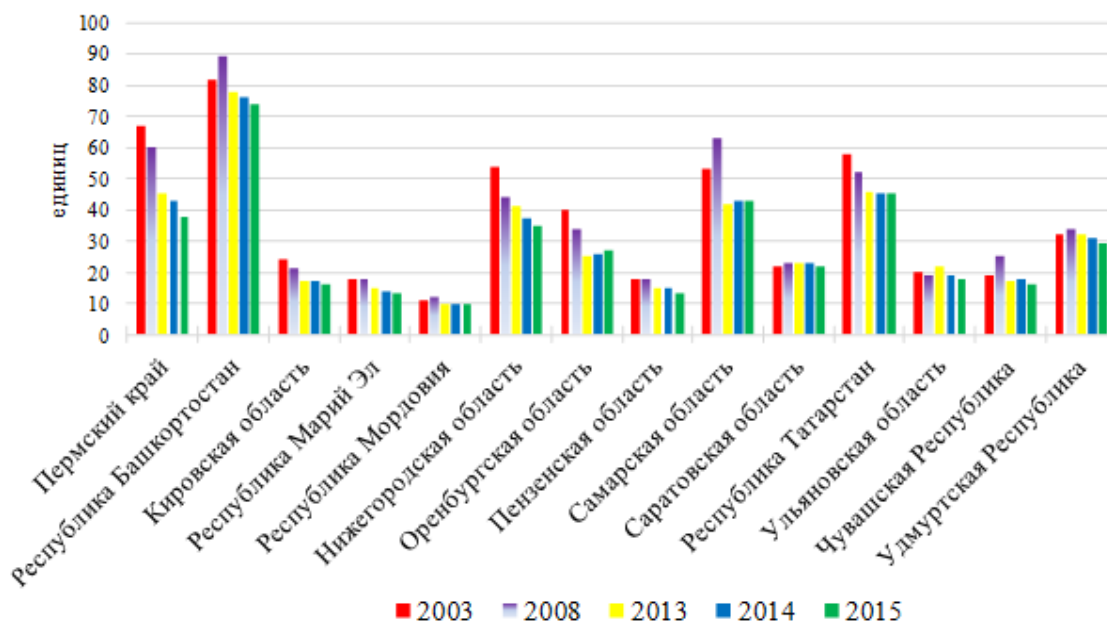


Рис. 1. Число санаторно-курортных организаций на территории Приволжского федерального округа за 2003-2015 гг. [12; 13]

Fig. 1. The number of sanatorium-resort organizations on the territory of the Volga Federal District in 2003-2015

Согласно статистическим данным, на территории Приволжского федерального округа наблюдается значительное уменьшение количества лечебных здравниц в 2015 году по сравнению с 2003 годом на 22,97%. Их наибольшее количество наблюдалось в 2003 году – 518 и в 2008 году – 512 организаций, в остальные годы их число значительно меньше.

На 2015 год наибольшее число санаториев и курортов насчитывается в республиках Башкортостан – 74 организаций, Татарстан – 45 объектов и в Самарской области – 43 объекта. Уменьшение количества санаторно-курортных организаций может быть обосновано следую-

щими факторами: низкий спрос на санаторно-курортную путевку в связи с ее высокой стоимостью, несоответствие цены путевки и качества оказываемых услуг, высокая степень изношенности инфраструктурного СКК, низкий уровень сервиса и работы обслуживающего персонала, отсутствие государственной материальной стимуляции для деятельности организаций данного направления.

Одним из показателей функционирования санаториев и курортов является наличие мест и изменение их динамики (табл. 1). Как отмечалось выше, в ПФО происходит уменьшение числа лечебно-оздоровительных орга-

низаций, соответственно снижается количество коек. С 2008 по 2015 год уменьшение происходит на 15,1%, чему служат различные

причины, например, такая, как неустойчивое экономическое развитие округа.

Динамика мест в СКО по субъектам ПФО за период 2008-2015 гг.*

Таблица 1

Table 1

Dynamics of places in the sanatorium-resort facilities by the subjects of the Volga Federal District in 2008-2015

Субъект ПФО	Годы							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Пермский край	9335	9046	8538	8332	8083	7934	7905	6920
Республика Башкортостан	16030	14482	14981	13965	13620	13422	13124	12673
Кировская область	3884	3647	3613	3603	3595	3594	3579	3406
Республика Марий Эл	2675	2529	2862	3113	2523	2617	2567	2112
Республика Мордовия	1723	1723	1539	1469	1325	1329	1333	1367
Нижегородская область	5828	5606	6121	6218	6065	6187	5697	5382
Оренбургская область	4932	4081	4078	3949	3839	3791	3820	3632
Пензенская область	2550	2725	2634	2723	2595	2408	2438	2286
Самарская область	11628	10277	9864	10905	11385	10292	10438	10629
Саратовская область	4476	4687	4871	4919	4784	4669	4816	4428
Республика Татарстан	10319	9175	9492	9142	9402	8815	8961	8779
Ульяновская область	2820	2855	2722	2703	2783	2973	3112	2774
Чувашская Республика	3323	3455	3108	3631	3294	3129	3364	3125
Удмуртская Республика	5041	5320	4895	4754	4854	4825	4883	4251
Всего	84564	79608	79318	79426	78147	75985	76037	71764

*составлено по данным [12; 13]

В 2014 году округ занимал второе место по числу размещенных в санаторно-курортных организациях (1243572 чел.), уступив только Южному федеральному округу (1276052 чел.). А в 2015 году в ПФО число размещенных уменьшилось до 992016 человек. Четыре субъекта округа по этому показателю входят в число лидеров, и каждый из них разместил на своей территории в 2015 году более 100 тыс. отдыхающих: Республика Башкортостан (229 657 чел.), Республика Та-

тарстан (158 552 чел.), Пермский край (123 947 чел.), Самарская область (129 338 чел.).

По количеству санаторно-курортных организаций в 2015 году ПФО занимает третье место (399 ед.), доля от общего количества СКО составляет 21,25%, а доля размещенных в них человек – 18,43%.

Динамика количества СКО по субъектам ПФО представлена в табл. 2.

Таблица 2

Анализ СКО по субъектам ПФО за 2015 год*

Table 2

The analysis of sanatorium-resort facilities by the subjects of the Volga Federal District in 2015

Субъект ПФО	Число СКО		Число размещенных в СКО		Число мест в СКО	
	Количество, ед.	Удельный вес, %	Количество, тыс. чел.	Удельный вес, %	Количество, тыс. мест	Удельный вес, %
Пермский край	38	9,52	123,947	11,02	6,920	9,64
Республика Башкортостан	74	18,55	229,657	20,42	12,673	17,66
Кировская область	16	4,01	64,443	5,73	3,406	4,75
Республика Марий Эл	13	3,26	32,648	2,90	2,112	2,94
Республика Мордовия	10	2,50	16,95	1,50	1,367	1,90
Нижегородская область	35	8,77	77,184	6,86	5,382	7,50
Оренбургская область	27	6,77	41,181	3,66	3,632	5,06
Пензенская область	13	3,26	29,82	2,65	2,286	3,18
Самарская область	43	10,78	129,338	11,50	10,629	14,81
Саратовская область	22	5,51	56,257	5,00	4,428	6,17
Республика Татарстан	45	11,28	158,552	14,10	8,779	12,23
Ульяновская область	18	4,51	45,686	4,06	2,774	3,86
Чувашская Республика	16	4,01	50,269	4,70	3,125	4,35
Удмуртская Республика	29	7,27	68,763	6,11	4,251	5,92
Всего	399	100,00	1124,695	100,00	71,764	100,00

*составлено по данным [12; 13]

По данным, представленным в табл. 2, можно заключить, что на территории ПФО расположено 399 санаторно-курортных организаций. Самое большое количество насчитывается в Республике Башкортостан – 74 организации, что составляет 18,55%. Далее по количеству следует Республика Татарстан – 45 организаций (11,28%). Последнее место принадлежит Республике Мордовия, здесь расположено всего лишь 10 (2,5%) организаций СКО.

По количеству размещенных также лидирует Республика Башкортостан, в которой в 2015 году было размещено 229,657 тыс. человек. На втором и третьем месте расположились Республика Татарстан – 158,552 тыс. чел. (14,1%) и Самарская область – 129,338 (11,5%). Последнее место по количеству размещенных заняла Республика Мордовия –

16,95 (1,5%). А общая численность размещенных на 2015 год по округу составила 1124,695 тыс. человек. Отсюда можно сделать вывод, что СКО Республики Башкортостан пользуются большим спросом, так как она располагает богатейшими природно-лечебными ресурсами. На территории Башкортостана имеются все виды природных лечебных ресурсов. Здоровый климат и живописная местность, различные бальнеологические, термальные, минеральные ресурсы способны дать человеку полноценный отдых и лечение, благодаря этим условиям в республике функционирует комплекс санаторно-оздоровительных учреждений:

– санаторий «Карагай», который известен своим уникальным микроклиматом

(континентальный) с колебанием температуры от +38 °С летом до -28°С зимой;

– здравница «Красноусольск», которая известна тем, что именно здесь выходят на поверхность минеральные источники типа Эссентуков, Краинки, Мацесты;

– санаторий «Галкас», который популярен тем, что расположен вдали от промышленных центров, в горах с насыщенным кислородом воздухом, обеспечен экологически чистыми продуктами местного производства и др.

По количеству мест в СКО лидирующие позиции занимают Республика Башкортостан – 12,673 тыс. мест (17,66%) и Самарская область – 10,629 тыс. мест (14,81%).

Наименьшие показатели у Республик Марий Эл – 2,112 тыс. мест (2,94%) и Мордовия – 1,367 тыс. мест (1,9%).

На основании проведенного анализа применим маркетинговую технологию оценки перспектив развития санаторно-курортного комплекса Приволжского федерального округа на основе SWOT-анализа, практические аспекты которого применялись в прогнозировании [2, 9, 10].

В табл. 3 представлены сильные и слабые стороны, угрозы и возможности развития санаторно-курортной деятельности в Приволжском федеральном округе.

Таблица 3

SWOT-анализ санаторно-курортного комплекса ПФО

Table 3

SWOT-analysis of the sanatorium-resort complex of the Volga Federal District

Сильные стороны	Слабые стороны
1) уникальные природные лечебные ресурсы (йодобромные, сероводородные и минеральные воды, грязи); 2) благоприятные ландшафтно-климатические параметры территории; 3) разнообразие лечебно-оздоровительных услуг и профилей лечения; 4) внедрение и использование многочисленных лечебно-оздоровительных методик, 5) квалифицированный медицинский персонал; 6) достаточно развитая курортная и рекреационная инфраструктура; 7) внедрение систем управления качеством на профильных предприятиях СКК, гостеприимства, сервиса	1) недостаточное развитие регионального законодательства о регулировании санаторно-курортной отрасли; 2) слабое продвижение санаторно-курортных услуг региона; 3) не сформирован положительный имидж СКО и отдельных санаториев на рынках разного уровня; 4) высокий уровень затрат; формирование высоких цен; 5) отсутствие у некоторых санаториев собственных природных лечебных ресурсов; 6) недостаточное внимание со стороны органов власти к проблемам отрасли
Угрозы	Возможности
1) длительные сроки окупаемости инвестиций; 2) рост спроса на спа-услуги, сопутствующие услуги; 3) усиление конкурентного давления со стороны зарубежных и региональных курортов; 4) снижение уровня жизни населения; 5) рост макроэкономической нестабильности; 6) отток квалифицированного персонала в другие регионы	1) наличие резервов для применения природных лечебных ресурсов (увеличение добычи, оптимизация использования); 2) развитие разных видов туризма (экологического, аграрного, событийного, активного); 3) разработка комплексных программ по развитию СКК округа; 4) развитие нормативно-правовой базы по инвестициям и частно-государственному партнерству; 5) улучшение сервисного обслуживания; 6) снижение цен за счет компенсации расходов по государственным программам и субсидий

Анализ сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз не является исчерпывающим и может корректироваться в зависимости от потребностей исследований курортной отрасли.

Из матрицы SWOT-анализа выделим главное. Для получения оптимального результата необходимо комплексно и системно подойти к параметрам сильных и слабых сторон, а также к их возможностям и угрозам. Природные и географические факторы и их показатели отвечают требованиям благополучного развития лечебно-оздоровительного туризма. К сожалению, у СКО большинства регионов России на рынке российских санаторно-курортных услуг нет четкого позиционирования, а у потенциальной аудитории отсутствует понимание о лечебном туризме и отсутствует качественная информация о полезности и о спектре услуг, оказываемых санаторно-курортными организациями в регионе. В последние годы изменилась и политика регионов, руководство которых рассматривает развитие разных видов туризма как один из важных источников развития экономики региона. В рамках региональных программ социально-экономического развития предполагается развитие туристической инфраструктуры, повышение привлекательности внутренних туристических маршрутов для граждан России и иностранных гостей за счет создания преференций для туристов, введения гибких налоговых инструментов поддержки социального туризма, а также за счет диверсификации оказываемых туристических услуг.

В целом можно утверждать, что в Приволжском ФО санаторно-курортный комплекс находится в сложном положении, как с точки зрения численности организаций СКО, так и с точки зрения управления их деятельностью. В то же время, после долгого периода упадка и застоя, связанного с экономическими и политическими изменениями в стране, в последние годы наблюдается процесс постепенного возрождения санаторно-курортной сферы. Это проявляется, в частности, в замедлении темпов снижения численности организаций СКО. В начале текущего

десятилетия этому способствовал, в том числе, рост платежеспособного спроса отдельных категорий граждан и мобильности населения, благодаря чему клиенты могли выбирать наиболее привлекательные с их точки зрения здравницы.

Кроме того, в последние годы началась серьезная работа по формированию законодательства, нацеленного на решение основных проблем санаторно-курортной отрасли. В частности, был принят ряд законов, регламентирующих санаторно-курортную деятельность: Федеральный закон «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» и «Об особо охраняемых природных территориях», а также ряд региональных нормативно-правовых актов, позволяющих провести модернизацию законодательства с учетом территориальных особенностей. Кроме того, было принято несколько Указов Президента и постановлений правительства РФ с целью решения частных вопросов санаторно-курортного обеспечения и развития отдельных курортных регионов. Тем не менее, процесс формирования адекватной институциональной среды еще не подошел к своему логическому завершению.

Многие регионы Приволжского ФО начали активно позиционировать себя как территории, предоставляющие качественный санаторно-курортный продукт. Политика подобного рода прослеживается не только у лидеров по численности здравниц (Республики Башкортостан и Татарстан), но и, например, в Чувашской республике и других. Однако, несмотря на наличие положительных конъюнктурных изменений, сохраняются серьезные проблемы, препятствующие развитию санаторно-курортной отрасли в этих регионах.

К проблемам подобного рода можно отнести недостаточный уровень развития транспортной и инженерной инфраструктуры. Во многом это объясняется диспропорцией полномочий и предоставляемого финансирования. Регионы на сегодняшний день не в состоянии самостоятельно финансировать какие-либо крупные проекты, будучи вынуждены бороться за право их реализации с дру-

гими регионами на федеральном уровне. Если рассматривать уровень муниципальных образований, то и здесь более чем из 30 полномочий муниципалитетов только около трети подкреплены соответствующим финансированием. Согласно Бюджетному кодексу, муниципалитеты могут частично управлять лишь двумя налогами – земельным и на имущество физических лиц. Но эти налоги трудно собирать, и составляют они считанные проценты в бюджете муниципальных районов. Основные поступления – это перечисление муниципалитетам доли от прочих налогов из вышестоящих бюджетов (дотации, субсидии, субвенции).

Подчеркнем, что во многом именно крупные инфраструктурные проекты способны придать импульс развитию тех или иных территорий, особенно те из них, которые прямо направлены на дальнейшее повышение мобильности населения, а также на комфортность поездок, что положительно сказывается на туристической привлекательности региона. В отношении Приволжского ФО таким проектом может стать строительство высокоскоростной железной дороги «Москва – Нижний Новгород – Казань», позволяющей сократить время в пути более чем в 4 раза. Также на развитии рассматриваемых территорий в значительной мере скажется строительство железнодорожной магистрали «Белкомур» (Белое море – Республика Коми – Урал), которая пройдет, в том числе, и через ПФО по северной части Пермского края.

Поскольку Приволжский федеральный округ не ассоциируются у российских потребителей с санаторно-курортным отдыхом (скорее это характерно для Южных регионов, чей бюджет в значительной степени зависит от деятельности такого рода), то основным участникам рынка санаторно-курортных услуг регионов, входящих в него, следует делать особый акцент на современный маркетинговый подход. Это означает выявление характеристик «своей» целевой аудитории, формирование предложения, соответствующего ее запросам, вовлечение целевой аудитории и завоевание ее лояльности. Отчасти этому может способствовать выстраивание

тесных связей с различными предприятиями и организациями, путем предоставления последним льготных условий сотрудничества по тем направлениям, которые им наиболее интересны (например, профилактика профессиональных заболеваний).

Безусловно, развитие территории как санаторно-курортного региона предполагает диверсификацию предложения услуг СКО с учетом запросов разных целевых потребителей. В настоящее время существует дефицит современных санаториев высокого класса, что делает невозможным охват тех категорий потребителей, которые могли бы при наличии адекватного предложения переориентироваться с зарубежных поездок на российские. Очевидна и необходимость модернизации учреждений средних ценовых категорий. Однако быстрого решения этой проблемы найти не удастся. Причиной служит отсутствие в подавляющем большинстве регионов налоговых льгот и преференций в отношении учреждений санаторно-курортной сферы, способных привлечь крупных инвесторов.

Выводы. Государственное регулирование санаторно-курортного рынка ПФО, роль которого была недооценена и занижена в период начальных шагов реформирования экономической системы страны, в настоящее время приобретает нужную направленность, однако еще недостаточно по объему и комплексности.

На основе маркетинговой технологии исследования факторов развития санаторно-курортного комплекса необходимо разработать стратегию, которая актуализирует возможности и сильные стороны для преодоления угроз и слабостей: развитие нормативно-правовой базы Приволжского федерального округа для привлечения инвестиций, развития государственно-частного партнерства; расширение направлений использования природных лечебных ресурсов для повышения качества обслуживания и снижения себестоимости лечебно-оздоровительных услуг; развитие туризма для привлечения платежеспособного спроса и повышения маркетинговой привлекательности округа.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: author have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Барчуков, И. С. Санаторно-курортное дело. М. : Юнити-Дана, 2006. 304 с.
2. Быстров, О. Ф., Кайнова, Д. Н., Ткачев, Г. Г. Расширение возможностей SWOT анализа с использованием формальной модели // Научный вестник МГИИТ. 2010. № 6. С. 65-70.
3. Вериковская, Н. В. Современные подходы и принципы организации восстановительного лечения в условиях санаторно-курортного комплекса на основе методов моделирования и прогнозирования : автореферат дис. ... канд. мед. наук : 05.13.01. Воронеж: Воронеж. гос. мед. акад. им. Н.Н. Бурденко, 2007. 22 с.
4. Ветитнев, А. М. Маркетинг санаторно-курортных услуг. Серия «Высшее профессиональное образование». М. : Академия, 2008. 368 с.
5. Готадзе, И. И. Коррекция программ после-трудовой реабилитации в зависимости от соматотипологических особенностей и индивидуального уровня психофизического сопряжения : автореферат дис. ... канд. мед. наук : 14.00.51. М.: Всерос. науч.-исслед. ин-т физ. культуры и спорта, 2005. 22 с.
6. Кисилевич, Т. И. Аудит санаторно-курортных организаций. М.: Финансы и статистика, 2003. 192 с.
7. Мустафин, Х. М. Медико-социальная и экономическая эффективность оздоровления работающих в условиях санатория-профилактория : на примере Учалинского горно-обогатительного комбината : автореферат дис. ... канд. мед. наук : 14.00.33. Екатеринбург: Ин-т иммунологии и физиологии УрО РАН, 2007. 25 с.
8. Мысливца, Е. В. Муниципальное образование город-курорт Геленджик в рекреационной системе Черноморского побережья Краснодарского края : дис. ... канд. географ. наук : 25.00.24. Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2011. 155 с.
9. Оборин, М. С., Мингазинова, Е. Р., Фролова, Н. В. Информационная система как инструмент моделирования экономических процессов развития санаторно-курортного комплекса региона// Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2017. № 1-1. С. 191-201.

10. Оборин, М. С. Стратегический механизм устойчивого развития рынка санаторно-курортных услуг// Вестник Тверского государственного университета. Серия: География и геоэкология. 2016. № 2. С. 2018-230.

11. Оборин, М. С. Развитие туристско-рекреационной деятельности в условиях санкционных ограничений и социально-экономической нестабильности южных регионов России // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т.3. № 1. 2017. С.51-58.

12. Ростуризм. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/content/2/section/28> (дата обращения: 10.02.2017).

13. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 01.02.2017).

References

1. Barchukov, I. S. (2006), «*The sanatorium-resort business*». Moscow : Yuniti-Dana. 304 p. Russia.
2. Bystrov, O. F., Kaynova, D. N., Tkachev, G. G. (2010), «*Extending capabilities of SWOT analysis using formal models*» // Scientific Herald of MGIIT. № 6. Pp. 65-70. Russia.
3. Verikovskiy, N. I. (2007), «*Modern approaches and principles of the organization of rehabilitation in the conditions of a sanatorium complex on the basis of methods of modelling and forecasting*» : abstract dis. kand. med. sciences : 05.13.01. Voronezh: Voronezh. State Med. Acad. Named after N. N. Burdenko. 22 p. Russia.
4. Vetitnev, A. M. (2008), «*Marketing of Spa services*» / Series «Higher Professional Education». Moscow : Academy. 368 p. Russia.
5. Gotze, I. I. (2005), «*Correction programs for postwork rehabilitation depending on somatotypological characteristics and individual-level psychophysical pairing*» : abstract dis. kand. med. sciences: 14.00.51. Moscow : Vseros. scientific.-issled. The Institute of physical culture and sport. 22 p. Russia.
6. Kisilevich, T. I. (2003), «*Audit of sanatorium organizations*». Moscow : Finances and statistics. 192 p. Russia.
7. Mustafin, H. M. (2007), «*Medical social and economic efficiency improvement of working conditions of a sanatorium-dispensary: the case of the Uchalinsky Mining and Processing Plant*» : abstract dis. kand. med. sciences: 14.00.33. Ekaterinburg: The

Institute of Immunology and Physiology, Ural branch of RAS. 25 p. Russia.

8. Myslivka, E. V. (2011), «*Municipal formation of the City-resort Gelendzhik in the recreational system of the Black Sea Coast of Krasnodar territory*» : dis. kand. geographer. sciences: 25.00.24. Krasnodar: Kuban. State University. 155 p. Russia.

9. Oborin, M. S., Magazynowa, E. R., Frolova, N. V. (2017), «*Information system as a tool for the modeling of economic processes development of a sanatorium complex of the region*» / *Izvestia of the Tula State University. Economic and legal Sciences.* № 1-1. Pp. 191-201. Russia.

10. Oborin, M. S. (2016), «*Strategic framework for sustainable development of the market of sanatorium-resort services*» // *The Bulletin of Tver State University. Series: Geography and Geoecology.* № 2. Pp. 2018-230. Russia.

11. Oborin, M. S. (2017), «*The development of tourism and recreational activities in terms of sanctions and limitations to socio-economic instability in the southern regions of Russia*» // *Research Result. Technology of Business and Service.* Vol. 3. № 1. Pp. 51-58. Russia.

12. *Rosturizm* (2017) [Electronic resource]. Mode of access: <http://www.russiatourism.ru/content/2/section/28> (date of access: February 10, 2017). Russia.

13. *The Federal State Statistics Service* (2017) [Electronic resource]. Mode of access: <http://www.gks.ru/> (date of access: February 1, 2017). Russia.

Оборин Матвей Сергеевич, доктор экономических наук, доцент кафедры экономического анализа и статистики, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Пермский филиал; профессор кафедры мировой и региональной экономики, экономической теории, Пермский государственный национальный исследовательский университет

Oborin Matvey Sergeevich, Doctor of Economics, Associate Professor, Department of Economic Analysis and Statistics, Plekhanov Russian University of Economics, Perm branch; Professor, Department of World and Regional Economy, the Economic Theory, Perm State National Research University