
АГРАРНЫЙ ТУРИЗМ КАК ДОМИНАНТА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Кривоускова Светлана Дмитриевна¹, асп.

Сухова Валентина Егоровна², канд. философ. наук, доц.

Урайкин Сергей Евгеньевич³, асп.

¹Воронежский институт экономики и социального управления, ул. Помяловского, 27, Воронеж, Россия 394036; e-mail: light5455@mail.ru

²Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С.О. Макарова (Воронежский филиал), Ленинский пр-т, 174Л, Воронеж, Россия, 394033, e-mail: vfspquvk@mail.ru

³Кубанский государственный аграрный университет, ул. Калинина, 13, Краснодар, Россия, 350044, e-mail: infsys@kubsau.ru

Цель: В статье рассматривается агротуризм как один из видов хозяйственной деятельности, способный активизировать развитие сельских территорий и повысить благосостояние их жителей. *Обсуждение:* Приводятся результаты анализа текущего и перспективного состояния аграрного туризма в России. Указываются наиболее популярные места для агротуризма и причины их популярности. *Результаты:* Сформулированы рекомендации по решению обсуждаемых проблем осуществления туристической деятельности в современных условиях.

Ключевые слова: туризм, аграрный туризм, сельские территории, проблемы агротуризма, источники доходов в агротуризме.

Агротуризм во всем мире становится одним из основополагающих факторов развития сельских территорий, поскольку он предоставляет им возможность выживания в высококонкурентном мире. Семейные, частные, небольшие фермы и предприятия, расположенные на сельских территориях, практически не могут конкурировать с крупными объединениями, холдингами. Многие из них находятся на грани разорения. Однако у семейных ферм, небольших производств есть ряд преимуществ, которые можно использовать для агротуризма: традиционные технологии, уникальный уклад жизни, возможность принятия туристов, производство экологических продуктов.

Существует несколько распространённых определений агротуризма.

1. Агротуризм – это акт посещения действующей фермы или любого сельскохозяйственного, садового предприятия с целью отдыха, получения определенных навыков или участия в работе фермы в качестве рабочего [1].

2. Агротуризм – это определенный вид деятельности, где сельское хозяйство пересекается с туризмом. Фермы посещают туристы, которые хотят почувствовать чистый воздух, попробовать здоровые и экологически чистые продукты [9].

3. Агротуризм – это сфера туризма, в которой основную роль играют коммерческие предприятия, чаще всего фермы, ранчо, где проводятся экскурсии для туристов или проводится обучение посетителей, при этом владельцы предприятия получают дополнительный доход [4].

По нашему мнению, агротуризм – это деятельность жителей сельских территорий, которые либо находятся в туристической зоне или в местах с уникальной природой или ландшафтом, имеют небольшие семейные фермы и предлагающие различные услуги: экскурсии, проживание, обучение ремеслу, а также возможность приобретения экологически чистых продуктов.

История сельского туризма за рубежом восходит еще к концу 1800-х годов, когда городские жители приезжали к своим родственникам на фермы для краткосрочного проживания. После изобретения автомобиля подобные поездки стали проще. С начала 1980-х годов наступил современный этап агротуризма, при котором туристам предлагается провести свой отпуск или выходные на ферме. Для туристов организовывали гостевые дома, предлагали скромные условия проживания и даже завтраки. В настоящее время с развитием сети Интернет доступ туристов к информации об агротуризме и фермах, которые представляют подобные услуги, увеличился, и агротуризм становится еще популярнее [3].

Интересен опыт развития агротуризма в Италии. Началом развития считают 1970-е годы. В первое время обслуживание туристов являлось небольшим дополнительным доходом для фермеров, поэтому условия для туристов были невысокого уровня. В дальнейшем для многих сельских жителей агротуризм превратился в бизнес. Сейчас во многих странах агротуризм из вспомогательного вида туризма превращается в самостоятельный и высококонкурентный вид туризма.

Исходя из определения, агротуризм – это общее понятие отдыха в сельской территории. Он включает множество различных форм [8, 9, 11]:

- катание на лошадях;
- изучение дикой природы и фотографирование;
- рыбалка;
- охота;
- отдых на природе;
- школьные туры;
- детские туры;
- винодельческие туры;
- проведение игровых состязаний;
- посещение ферм с экзотическими животными;

- обучение ремеслам;
- проведение ярмарок и фестивалей;
- школьные каникулы на ферме;
- молодёжные лагеря;
- туристические тропы.

Агротуризм развивается, с одной стороны, из-за роста популярности экологических продуктов и всеобщей урбанизации, с другой стороны, – это вынужденная мера, к которой прибегают владельцы семейных ферм и сельскохозяйственных производств, которые испытывают финансовые трудности из-за низкой рентабельности производства. В настоящее время семейные фермы и подсобные хозяйства сталкиваются с серьезными экономическими проблемами, связанными с конкуренцией иностранных компаний и крупных производителей. Их собственное производство нерентабельно и оно не покрывает затраты, которые возникают при выращивании овощей, фруктов и разведении скота. Подобные хозяйства пытаются продавать свою продукцию через собственные магазины, что повышает рентабельность производства. Кроме того, сельскохозяйственные производители могут использовать агротуризм, который является дополнительным источником для множества семейных производств и спасает их от исчезновения вследствие жесткой конкуренции со стороны крупных конгломератов. Поэтому существует ряд факторов, которые являются причинами развития агротуризма в семейных фермах:

- экономическая конкуренция с иностранными и крупными отечественными производителями;
- доходы подсобных хозяйств не покрывают затраты на производство продукции;
- прямые продажи продукции потребителям;
- продвижение продукции и повышение интереса к производителям экопродукции.

Агротуризм помогает развитию сельских территорий. В первую очередь, повышает доход жителей сельских территорий, что особенно важно. Через агротуризм происходит популяризация сельской жизни, что положительно влияет на имидж сельских территорий.

Агротуризм динамично развивается, поскольку он предоставляет путешественнику целый ряд преимуществ [12, 13], в частности:

1. Уникальный и аутентичный опыт. В последнее время определенная часть туристов склоняется не к пляжному отдыху, а к развивающемуся отдыху, который представляет агротуризм.

2. Избавление от ежедневного стресса. Издревле общение с природой и отстранение от городской суеты положительно влияло на состояние человека как физическое, так и эмоциональное.

3. У большинства туристов нет возможности посетить фермы у род-

ственников, поскольку уже несколько поколений в семье не занимаются сельским хозяйством. Современный городской житель оторван от сельской территории. Многие жители городов не знают, как выращиваются те или иные продукты, а также как ухаживают за домашними животными.

4. Увидеть и поучаствовать в процессе выращивания овощей и фруктов. Туристы видят процесс выращивания овощей, фруктов, а также производство продуктов из них.

5. Испытать опыт и жизнь предков. У большинства городских жителей были предки, которые в прошлом жили в сельской территории. Многие из туристов хотят испытать опыт и жизнь своих предков.

Сегодня можно указать 7 мест, в которых наиболее развит агротуризм [14] (см. табл. 1).

Таблица 1

Наиболее популярные места для агротуризма

Место агротуризма	Описание
Гавайи	Гавайи являются одним из самых посещаемых мест в мире в разрезе агротуризма. Гавайи имеют тропический климат с множеством разновидностей растений и животных. Туристам, посещающим Гавайи, необязательно весь отпуск проводить на ферме. Большинство туристических путевок позволяют совмещать пляжный отдых и посещение экоферм. Многие туристы выбирают отдельные экскурсионные программы для посещения наиболее популярных и интересных сельскохозяйственных угодий
Гренада	Гренада – небольшое островное государство, которое привлекает агротуристов своими достопримечательностями и экзотическим климатом. Гренада известна плантациями мускатного ореха, гвоздики, корицы. Кроме того, здесь расположено множество экоферм, в которых работает только одна семья или несколько родственных семей. Соответственно, традиции передаются из поколения в поколение
Филиппины	Филиппины является островным государством с разными условиями на разных островах. Агротуристы посещают ананасовые фермы, производителей орхидей, а также семейные фермы, которые выращивают экзотические овощи и фрукты. Кроме того, на Филиппинах соединяются агротуризм и пляжный отдых. Агротуризм на Филиппинах поддерживается правительством. Важным моментом является то, что английский язык широко распространен, так как является вторым языком
Тайвань	На Тайване располагаются многочисленные фермы для отдыха. Агротуризм строится на разных туристических турах. Тайваньские фермы предлагают различные варианты проживания, в отличие от «отельного» размещения. Агротуристы пробуют пищу, которая изготовлена из местных продуктов

Место агротуризма	Описание
Тоскана	Тоскана является одним из первых регионов, где агротуризм получил свою популярность. В настоящее время многие фермы преобразованы в отели. Тоскана впервые предложила показать подлинную и интересную итальянскую сельскую культуру. Туристам предлагалось испытать жизнь итальянца на ферме. Кроме того, регион всегда славился гостеприимством. Особой популярностью пользуется местные итальянские блюда, которые популярны за пределами Италии. Аналогично большое развитие получил винный туризм, где туристу не только показывается, как растет виноград, как из него делается вино, но предлагается попробовать различные сорта вин и предлагают приобрести
Майорка	Популярный испанский остров Майорка славится не только пляжным отдыхом, но и еще развитым агротуризмом. Агротуризм на Майорке предлагает своим туристам покой и изоляцию от внешнего мира. Майорка является незаменимым местом для спокойного, уединенного отдыха. При этом фермы Майорки представлены как от простых деревенских ферм, так и до роскошных, где есть бассейны и SPA. Туристам аналогично предыдущим местам предлагают свежие экологически чистые овощи и фрукты, а также блюда, приготовленные из них
Бразилия	Бразилия является огромной страной с регионами, в которых климат и природа могут кардинально отличаться. Агротуризм предлагает путешественникам разнообразные программы: от посещения ферм тропических цветов до ферм разведения крупнорогатого скота. Кроме того, река Амазонка и тропические леса привлекают туристов не меньше, чем пляжный отдых в Рио-де-Жанейро

Можно выделить следующие ключевые факторы, оказавшие в наибольшей степени влияние на популярность мест для агротуризма [6, 7]:

1. Уникальная или непохожая природа. Путешественники ищут того, что не может дать им город: красивые виды, закаты, интересные растения.
2. Экзотические овощи и фрукты, а также производимые из них продукты. Фермы, которые могут предложить что-то уникальное, всегда будут пользоваться большим спросом. Кроме того, из стандартного набора фруктов и овощей возможно производство уникальных продуктов: особенного варенья, консервации и так далее.
3. Уникальная кухня. Многие путешественники желают попробовать местную кухню, которую не предлагают в популярных кафе и ресторанах, но которая, по их мнению, достаточно вкусная и полезная.
4. Размещение туристов. Не все туристы готовы жертвовать комфортом ради посещения экофермы. Поэтому фермеры должны предлагать различные условия размещения.
5. Знание английского языка. Английский язык всё более становится интернациональным языком, поэтому фермеры, не знающие его, практически лишены возможности принимать у себя иностранных туристов.
6. Маркетинг. Большинство представленных мест являются уникальными, однако подобных мест достаточно много. Однако именно они пози-

позиционируют себя подобным образом, поэтому маркетинг является одним из фактором развития агротуризма в той или иной местности [2, 5].

7. Поддержка государства. Государство в приведенных выше странах поддерживает агротуризм и создаёт благоприятные условия для его развития.

Агротуризм имеет ряд своих проблем, с которыми сталкиваются владельцы сельскохозяйственных угодий и ферм.

Первой проблемой является сезонность бизнеса и изменчивость погодных условий. Сельское хозяйство зависит от сезона и погодных условий, поэтому в агротуризме сложно прогнозировать определенный объем выручки и прибыли.

Второй наиболее важной проблемой является маркетинг. Фермеры в большинстве случаев не имеют соответствующего образования, а также навыков по продвижению и рекламе своей фермы и продукции. Поэтому во многих странах, где агротуризм развивается быстрыми темпами, есть сообщества и государственные службы, которые оказывают помощь в организации маркетинга или публикуют соответствующие материалы, которые помогают фермерам построить свою маркетинговую стратегию.

Третьей проблемой является персонал. Большинство сотрудников небольших ферм не обладают теорией и практикой управления туристическим объектом. Поэтому им приходится получать дополнительные знания и практику непосредственно в процессе оказания туристических услуг. Следовательно, качество обслуживания туристов может варьироваться.

Четвертой проблемой, которая в настоящее время оказывает незначительное влияние, однако при изменении законодательства может сильно повлиять на агротуризм, является налоговые сборы, в том числе налоги на имущество и землю, а также сложность ведения налогового и бухгалтерского учета [10].

В настоящее время каждый из фермеров, который занимается агротуризмом, сталкивается с подобными проблемами. Для снижения или полного исключения влияния проблем ниже приведены рекомендации для фермера. Следуя данным рекомендациям, фермеры могут снизить свои риски и повысить доходы от агротуризма:

1. Выбрать правильную стратегию позиционирования на рынке. Туристов больше привлекают уникальные фермы, производящие уникальные продукты высокого качества.

2. Поддержание заданного уровня качества. Качество предоставляемых услуг должно быть на определенном уровне. Если качество не будет постоянным, то невозможно создать базу лояльных клиентов и продвигать свои услуги через неё.

3. Создание малого бизнеса. Большинство успешных ферм в агротуризме начинали с небольших объемов, так как не имели обширного опыта в туристической сфере.

4. Поддерживать потребность клиентов. Рынок услуг всегда ориентирован на желания потребителей, при этом желания со временем изменяются, поэтому владельцы экоферм должны постоянно отслеживать тенденции и «идти в ногу со временем».

5. Поддерживать базу лояльных клиентов. Наличие базы лояльных клиентов гарантирует постоянный поток клиентов, а также практически бесплатное дополнительное продвижение.

6. Продвигать больше, чем просто продукт. Целью продвижения агротуризма должно являться не только непосредственная продажа услуг, но предоставление сервиса, положительных эмоций и уникальной атмосферы.

7. Включать в работу других членов семьи, родственников и общество в целом. Привлечение всех членов семьи повысит рентабельность предоставляемых услуг.

8. Фермеру следует быть осведомленным в аспектах ведения бизнеса, туристических направлениях, конкурентах и так далее. Фермер должен отдельно вести учет доходов, расходов и налогов.

9. Стратегическое планирование. Стратегическое планирование строится на анализе рынка и его тенденций. Подобное планирование необходимо в любом виде деятельности.

10. Система постоянной оценки. Контроль и оценка деятельности сотрудников и компании в целом помогает выявить негативные моменты и исключить их появление в будущем.

Множество фермеров не осведомлены о том, какие источники доходов существуют в агротуризме. В табл. 2 представлены наиболее популярные источники доходов.

Таблица 2

Список наиболее популярных источников доходов в агротуризме

Источник дохода	Описание
Плата за посещение	Плата за посещение обычно вводится во время посещения каких-либо событий: национальных или местных праздников. Кроме того, плата за вход может являться дополнительной скидкой при покупке продукции у фермеров
Плата с туристических фирм или за экскурсию	Туристические компании могут дополнительно платить фермерам за то, что они предоставляют свою ферму для проведения экскурсий
Расширение клиентской базы для продажи свежей продукции	Посетители агроферм в дальнейшем приезжают на ферму для покупки продукции или заказывают доставку
Продажа с/х продукции	Туристы с удовольствием приобретают свежие овощи и фрукты, производимые на ферме, а также сопутствующие продукты.

Источник дохода	Описание
Продажа подарков и сувениров	Посетители ферм приобретают продукцию не только для личного пользования, но и в качестве подарков и сувениров для родственников и знакомых, тем самым продвигают продукцию фермы
Плата за обучение	Фермы могут предлагать пройти платное обучение с целью освоить какое-либо мастерство: виноделие, хлебопечение и так далее
Плата за дегустацию	Посетители ферм могут предлагать выращенные или приготовленные продукты для дегустации на платной основе
Плата за прокат оборудования	Ферма может предлагать прокат оборудования: велосипеды, лодки, спортивный инвентарь, машины
Оплата проживания и проведения мероприятий	Фермы могут брать плату за проживание с туристов, с организации выездных мероприятий: свадеб, дней рождений, корпоративного отдыха
Плата за организацию питания	Фермеры могут получать дополнительный доход, организуя питание для посетителей. Организация питания может быть в форме легких закусок, кафе или ресторана

Россия обладает огромными территориальными и природными ресурсами для организации агротуризма. Однако не все регионы России пригодны для агротуризма и сельского хозяйства одновременно. В табл. 3 приведен анализ 4 крупных региональных конгломератов, которые оценивали по степени пригодности для ведения сельского хозяйства и развития агротуризма.

Таблица 3

Анализ пригодности ведения сельского хозяйства и развития агротуризма в укрупненных регионах РФ

Отрасль	Регионы РФ			
	Центральный	Центрально-Черноземный регион	Южный федеральный округ и Северо-Кавказский	Северный
Агротуризм	4,5	3,5	3,5	4
Сельское хозяйство	2,5	1,5	4,5	1
Общая оценка	3,5	2,5	4	2,5

Анализ табл. 3 позволяет сделать вывод: несмотря на низкую возможность ведения эффективного сельского хозяйства, агротуризм можно развивать в разных регионах страны с разным климатом и природными условиями. Доходы от агротуризма в районе, где он начинает развиваться достигает 50-70 млн рублей в год. Подобных туристических районов, где можно развивать агротуризм, в России не менее 1000. В итоге объем возможных доходов на уровне: 50-70 млрд рублей в год. Это с учетом низкого уровня развития данного направления в России. Поэтому в настоящее время агротуризм является доминантой для развития сельских территорий.

Агротуризм во многих странах становится не только поддержкой сель-

хозпроизводителей, которые выращивают продукцию на семейных фермах, но и значительным дополнительным доходом для них. Сельские территории получили новый виток развития, агротуризм стал новым видом деятельности для множества сельских жителей.

Список источников

1. Бессараб Д., Штефан Л., Бессараб И. *Экологический туризм в зарубежной Европе*. Москва, ТетраСистемс, 2013.
2. Волкова С.А., Тинякова В.И. Современные грани территориального маркетинга. *Перспективы науки*, 2013, no. 4 (43), с. 78-82.
3. *Комплексное развитие туризма в сельской местности*. Доступно: URL: <http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=2009/4/11>.
4. Рассел Д. *Экологический туризм*. Москва, Книга по Требованию, 2013.
5. Токарева О.Б., Тинякова В.И. Прикладные аспекты маркетингового планирования с использованием инструментария развития туризма в малом городе (на примере г. Михайловки Волгоградской области). *Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса*, 2013, no. 2 (23), с. 184-191.
6. Токарева О.Б., Тинякова В.И. Факторы успешного внедрения стратегий развития туризма в процессе стратегического маркетинга малого города. *Проблемы современной экономики: сборник материалов XIII Международной научно-практической конференции*. Новосибирск, ООО агентство «СИБПРИПТ», 2013, с. 180-188.
7. Урайкин С.Е. Современный спектр направлений туризма и маркетинговые технологии для их продвижения. *Современная экономика: проблемы и решения*, 2012, no. 12 (48), с. 229-239.
8. *Agritourism*. Доступно: http://www.agmrc.org/commodities__products/agritourism.
9. *Agri-tourism: A New Agricultural Business Enterprise*. Доступно: http://www.caes.uga.edu/topics/sustainag/documents/lsuagritourism_pamphlet1.pdf.
10. Aubrey S.B., 2012. *The Profitable Hobby Farm, How to Build a Sustainable Local Foods Business*. Howell Book House.
11. *Getting started in agritourism*. Доступно: http://www.uvm.edu/tourismresearch/agritourism/saregrant/getting_started_agritourism_cornellext.pdf.
12. Kumbhar V. 2013. *Problems and Prospects of Agritourism Business*. LAP LAMBERT Academic Publishing.
13. Ortiz-Miranda D. 2013. *Agriculture in Mediterranean Europe: Between Old and New Paradigms* (Research in Rural Sociology and Development). Emerald Group Publishing Limited.
14. Top 8 agritourism destinations in the world. Доступно: <http://www.mnn.com/lifestyle/eco-tourism/photos/top-8-agritourism-destinations-in-the-world/hawaii>.

RURAL TOURISM AS A DOMINANT SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT

Krivopuskova Svetlana Dmitrievna¹, graduate student
Sukhova Valentina Egorovna², Cand. Sc. (Phil.), Assoc. Prof.
Uraikin Sergei Evgenevich³, graduate student

¹Voronezh institute of economics and social management, Pomialovskogo st., 27, Voronezh, Russia, 394036; e-mail: light5455@mail.ru

²Admiral Makarov State University of Maritime and Inland Shipping (Voronezh branch) Leninskiy av., 174L, Voronezh, Russia, 394033; e-mail: vfspquvk@mail.ru

³Kuban state agricultural university, Kalinina st., 13, Krasnodar, Russia, 350044; e-mail: infsys@kubsau.ru

Purpose: The article deals with agritourism as one of the economic activities that can enhance the development of rural areas and to improve the welfare of their inhabitants. *Discussion:* The results of the analysis of the current and future state of agricultural tourism in Russia. Among the most popular places for agro-tourism, and the reasons for their popularity. *Results:* We formulate recommendations to address the issues discussed tourism activities in modern conditions.

Keywords: tourism, agricultural tourism, rural areas, the problems of agro-tourism, sources of income at the agriturismo.

Reference

1. Bessarab D., Shtefan L., Bessarab I. [*Ekologicheskii turizm v zarubezhnoi Evrope*]. Moscow, TetraSystems, 2013. (In Russ.)
2. Volkova S.A., Tiniakova V.I. Sovremennye grani territorial'nogo marketinga. *Perspektivy nauki*, 2013, no. 4 (43), pp. 78-82. (In Russ.)
3. *Kompleksnoe razvitie turizma v sel'skoi mestnosti*. Available at: <http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=2009/4/11>.
4. Rassel D. *Ekologicheskii turizm*. Moscow, Kniga po Trebovaniu, 2013. (In Russ.)
5. Tokareva O.B., Tiniakova V.I. Prikladnye aspekty marketingovogo planirovaniia s ispol'zovaniem instrumentariia razvitiia turizma v malom gorode (na primere g. Mikhailovki Volgogradskoi oblasti). *Biznes. Obrazovanie. Pravo. Vestnik Volgogradskogo instituta biznesa*, 2013, no. 2 (23), pp. 184-191. (In Russ.)
6. Tokareva O.B., Tiniakova V.I. Faktory uspeshnogo vnedreniia strategii razvitiia turizma v protsesse strategicheskogo marketinga malogo goroda. *Problemy sovremennoi ekonomiki: sbornik materialov KhIII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Novosibirsk, OOO agentstvo «SIBPRIPT», 2013, pp. 180-188. (In Russ.)
7. Uraikin S.E. Sovremennyi spektr napravlenii turizma i marketingovye tekhnologii dlia ikh prodvizheniia. *Sovremennaia ekonomika: problemy i resheniia*, 2012, no. 12(48), pp. 229-239. (In Russ.)
8. *Agritourism*. Available at: http://www.agmrc.org/commodities__products/agritourism.

9. *Agri-tourism: A New Agricultural Business Enterprise*. Available at: http://www.caes.uga.edu/topics/sustainag/documents/lsuagritourism_pamphlet1.pdf.

10. Aubrey, S.B., 2012. *The Profitable Hobby Farm, How to Build a Sustainable Local Foods Business*. Howell Book House.

11. *Getting started in agritourism*. Available at: http://www.uvm.edu/tourismresearch/agritourism/saregrant/getting_started_agritourism_cornellext.pdf.

12. Kumbhar, V., 2013. *Problems and*

Prospects of Agritourism Business. LAP LAMBERT Academic Publishing.

13. Ortiz-Miranda, D., 2013. *Agriculture in Mediterranean Europe: Between Old and New Paradigms* (Research in Rural Sociology and Development). Emerald Group Publishing Limited.

14. *Top 8 agritourism destinations in the world*. Available at: <http://www.mnn.com/lifestyle/eco-tourism/photos/top-8-agritourism-destinations-in-the-world/hawaii>.