

УДК 338.48

ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Носов А.Л., доктор экономических наук, профессор

E-mail: logistic_vgu@mail.ru

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Вятский государственный агротехнологический университет»,
г. Киров, Россия

Аннотация. Законодательное признание сельского туризма в России открывает дорогу многочисленным проектам популяризации села. В статье на основе анализа научных работ рассматривается категория сельского туризма. По мнению автора, сельский туризм можно отнести к инновациям в сельском хозяйстве. Сельский туризм для сельхозпроизводителя является элементом диверсификации производства, и его принятие предполагает наличие бизнес-планирования и стратегического анализа. Для развития сельского туризма необходимы соответствующая инфраструктура и эффективный маркетинг. Используя перечисленные в статье возможности стратегического планирования и маркетинга, можно успешно продвигать направление сельского туризма как в отдельных сельских поселениях, так и в областях и республиках России. Выражена уверенность, что официальный интерес к сельскому туризму будет способствовать повышению инвестиционной привлекательности села, проникновению в него технических и технологических инноваций, а следовательно, и повышению экономических показателей агропромышленного комплекса. С целью мотивации и стимулирования развития сельского туризма на местах необходима демонстрация заинтересованности со стороны как местных, так и региональных административных и ведомственных органов.

Ключевые слова: сельский туризм, инновация, стратегия, планирование, анализ, продвижение, логистика.

PLANNING AND PROMOTION OF RURAL TOURISM

Nosov A.L., doctor of economic sciences, professor

E-mail: logistic_vgu@mail.ru

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
«Vyatka State Agrotechnological University », Kirov, Russia

Annotation. The legal recognition of rural tourism in Russia opens the way for numerous projects to popularize the countryside. The article considers the category of rural tourism based on the analysis of scientific works. According to the author, rural tourism can be classified as an innovation in agriculture. Rural tourism for an agricultural producer is an element of production diversification and its adoption presupposes the presence of business planning and strategic analysis. Adequate



infrastructure and effective marketing are needed to develop rural tourism. Using the opportunities of strategic planning and marketing listed in the article, it is possible to successfully promote the direction of rural tourism both in individual rural settlements and in the regions and republics of Russia. Confidence was expressed that the official interest in rural tourism will help to increase the investment attractiveness of the village, the penetration of technical and technological innovations into it, and, consequently, increase the economic indicators of the agro-industrial complex. In order to motivate and stimulate the development of rural tourism on the ground, it is necessary to demonstrate the interest of both local and regional administrative and departmental bodies.

Key words: rural tourism, innovation, strategy, planning, analysis, promotion, logistics.

Введение. Интерес к сельскому хозяйству и его быту возрастает по мере развития общества. На законодательном уровне в России в 2021 году утверждено понятие сельского туризма. Второго июля президент РФ Владимир Путин подписал закон, вводящий термин "сельский туризм". Документ опубликован на официальном портале правовой информации.

Новая норма вводит в закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» понятие «сельский туризм». Согласно этому под сельским туризмом понимается «туризм, предусматривающий посещение сельской местности, малых городов с численностью населения до тридцати тысяч человек, в целях отдыха, приобщения к традиционному укладу жизни, ознакомления с деятельностью сельскохозяйственных товаропроизводителей и (или) участия в сельскохозяйственных работах без извлечения материальной выгоды с возможностью предоставления услуг по временному размещению, организации досуга, экскурсионных и иных услуг» [8].

Тема сельского туризма занимает значительное место в публикациях экономического профиля с конца 20-го века. Однако ее официальное утверждение побуждает рассмотреть существующий опыт.

В данной статье на основании избранных публикаций автор делает свои выводы о современной составляющей сельского туризма в агрокомплексе страны и мероприятиях по его продвижению.



Исследовательская часть. Несмотря на кажущуюся очевидность, существует множество описаний понятия «сельский туризм». Так, А.А. Колесников и А.В. Волокушина относят его к новой отрасли туризма - агротуризму или деревенскому туризму, подразумевающему отдых в деревенской местности, обучение некоторым видам ремесел, знакомство с крестьянским бытом, получение удовольствия от слияния с природой [2].

Здесь и далее прослеживается тот факт, что авторы в основе отождествляют понятия «сельский», «аграрный», «деревенский», «экологический» туризм.

По мнению А.А. Адамеску и В.Ю. Воскресенского, аграрный туризм является видом туристической деятельности по использованию природных, культурно-исторических и иных ресурсов на селе для создания комплексного туристического продукта, когда размещение туристов на агрофермах берет на себя принимающая семья [1].

К сказанному ранее В. Новиков добавляет влияние сельского туризма на территориальное развитие регионов и диверсификацию деятельности сельской экономики [5].

Значимость сельского туризма многопланова [3, 9, 10]. Для горожан это отдых в сельской местности, приобщение к культуре народов. Для сельских регионов – привлечение финансовых средств, занятость и дополнительные доходы населения, сохранение природных и культурных ресурсов, развитие инфраструктуры сельских территорий. Кроме того, сельский туризм способствует снижению социальной напряженности и миграции из села в город. Для сельского хозяйства как отрасли сельский туризм формирует новый продукт и рынок сбыта сельскохозяйственной продукции и изделий народных промыслов.

Многочисленные публикации на обсуждаемую тему позволяют понять, что инновационность сельского туризма можно рассматривать только с точки зрения официального признания его в России и изменения позиции



Минсельхоза к его популяризации. Тем не менее для многих сельских поселений сельский туризм является инновацией.

В Европе сельский туризм укоренился с 1985 года в Италии. Предпосылками его явились такие факторы, как рост бизнеса, низкие доходы в сельской местности и высокая безработица. В ряде государств данный вид туризма является одним из ведущих направлений туристической отрасли, что находит отражение в национальных концепциях развития туризма. Примерами являются не только страны Европы и Америки, но и Юго-Востока: Иран [11], Малайзия [12], Китай [13].

Поскольку для сельских товаропроизводителей туристический бизнес является предпринимательской инновацией, к нему нужно подготовиться. Начальным этапом является составление бизнес-плана, в котором определяются требуемые ресурсы, необходимые работы, сроки, эффективность проекта.

Содержание бизнес-плана определяется его типовой структурой:

- название проекта и его реализатора;
- краткое изложение сути проекта в виде резюме;
- описание услуг, которые будут предложены посетителям;
- изложение производственного плана, включая процесс оказания услуг, используемые площади, поставщиков туристов, планируемые объемы;
- планирование комплекса маркетинговых действий по анализу рынка и продвижению услуг;
- организационное планирование, представляющее физическое описание кадрового состава и помещений фирмы, принимающей и обслуживающей сельских туристов;
- анализ рисков проекта и методов их минимизации;
- планирование денежных потоков, источников финансирования и распределения прибыли;
- анализ экономической эффективности рассматриваемого проекта и срока окупаемости затрат.



Стратегическое планирование сельского туризма начинается с определения назначения принимающей стороны и ее целеполагания. Сельский туризм для сельхозпроизводителя является элементом диверсификации производства, и его принятие предполагает наличие стратегического анализа. Цель инновационной деятельности заключается в улучшении экономических показателей предприятия и социальных показателей жителей села путем использования туристического потенциала сельского поселения [4].

В основе стратегического анализа туристического потенциала лежит анализ внешней и внутренней среды, который чаще всего совмещают с использованием SWOT-анализа сильных и слабых сторон предприятия, накладываемых на выявляемые возможности и угрозы внешней среды.

Сильными сторонами мест посещения туристами могут быть интересное производство сельхозпродукции с возможностью участия в производственном процессе и потребления произведенной продукции, исторические и культурные достопримечательности, народные промыслы, красивые пейзажи, зоны отдыха.

К слабым сторонам следует отнести неизвестность поселения, слабую транспортную доступность, непривлекательность окружающей среды, наличие плохо ухоженных производственных помещений, разваливающихся ферм, низкое качество гостевых домов, отсутствие привлекательного досуга.

Проведенный стратегический анализ является основанием для разработки вариантов последующих решений, обусловленных имеющимися и привлекаемыми ресурсами с учетом возможных рисков. Взвесив сильные и слабые стороны предприятия, учтя возможности, например, льготного кредитования или получения гранта по сельскохозяйственному кредиту, оценив угрозы отсутствия интереса туристов, предприниматель принимает решение о реализации соответствующего варианта задуманного проекта.

Для развития сельского туризма необходимы соответствующая инфраструктура и эффективный маркетинг.



Туризм связан с перемещением людей, а возможности перемещения определяются транспортной инфраструктурой. В данном контексте разумно говорить о логистике сельского туризма, которая должна являться частью логистической системы агропромышленного комплекса [7].

Логистика как наука рассматривает управление материальными потоками, в логистике туризма вместо материальных потоков рассматриваются потоки туристов. Причем основные принципы логистики сохраняются на всех функциях: планирования, закупок, транспортировки, производства услуг и их реализации, сервиса [6].

Для сельского туризма основным транспортом является автомобильный как наиболее оперативный. Туристы могут доставляться «от двери до двери» в удобное для них время без привязки к графику движения либо личным транспортом туристов, либо транспортом принимающей стороны. Важным условием при этом является наличие благоустроенных дорог. Если сельское поселение обеспечено регулярными автобусными перевозками, то наличие дорог предполагается.

К туристической инфраструктуре сельских регионов кроме дорог можно отнести различные инженерные коммуникации, сети мини-отелей, хостелов, коттеджей для проживания туристов, оборудованные площадки на открытом воздухе, обустроенные туристические тропы.

Продвижение продукта сельского туризма обеспечивается эффективным маркетингом, который предполагает:

- формирование бренда сельского поселения, направленного на привлечение инвесторов и туристов;
- изучение предпочтений разнообразных сегментов рынка потребителей и формирование соответствующих продуктов;
- насыщение рынка услугами проезда, проживания, питания, экскурсиями, организацией различных видов трудовой деятельности, досуговых мероприятий;



- взаимодействие с деловыми партнерами, в том числе с администрацией сельских районов и региона;

- формирование разнообразной системы продвижения, включающей рекламу в сети Интернет, связь с общественностью (PR), директ-маркетинг;

- использование для поиска клиентов популярных социальных сетей;

- участие в выставках и ярмарках, создание рекламных туров.

Используя перечисленные возможности маркетинга, можно успешно продвигать предпринимательское направление сельского туризма как в отдельных сельских поселениях, так и в областях и республиках России.

Во многом успех этого направления зависит от политики и практической деятельности государственных и муниципальных органов. На региональном уровне требуется разработка стратегии развития сельского туризма, в которой следует предусмотреть:

- нормативные и правовые акты содействия сельскому туризму;
- изучение состояния и потенциала сельского туризма в регионе;
- возможность предоставления патентов на данную деятельность;
- рекламно-информационную поддержку туристических продуктов;
- проведение обучающих и научно-практических семинаров;
- механизмы финансовой поддержки субъектов сельского туризма;
- обучение муниципальных и профильных специалистов;
- создание информационного путеводителя по объектам в регионе;
- формирование реестра организаций сельского туризма;
- объединение предпринимателей в ассоциации сельского туризма;
- предоставление льготных кредитных продуктов.

Данный перечень направлений не является всеобъемлющим, но показывает, какое количество экономических активностей может запустить сельский туризм на местах.

Заключение. К настоящему времени накоплен значительный практический опыт реализации проектов сельского туризма. Несомненно,



официальный интерес к сельскому туризму будет способствовать повышению инвестиционной привлекательности села, проникновению в него технических и технологических инноваций, а следовательно, и повышению экономических показателей агропромышленного комплекса. Значительный интерес предпринимательского сообщества вызывают финансовые вливания в это направление через гранты, конкурсы и прямые дотации.

Туристическая отрасль является деятельностью, подверженной значительным рискам. Это касается и сельского туризма. Требуется тщательное изучение возможностей и угроз для нового дела.

С целью мотивации и стимулирования развития сельского туризма на местах необходима демонстрация заинтересованности со стороны как местных, так и региональных административных и ведомственных органов.

Литература

1. Адамеску А. А. Аграрный туризм как инновационный фактор развития агропромышленного комплекса / А. А. Адамеску, В. Ю. Воскресенский // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – № 13. – 70 с.
2. Колесников А. А. Сельский туризм как перспективный сегмент развития экономики / А. А. Колесников, А. В. Волокушина // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. – 2015. – № 1. – С. 127-129.
3. Кулагина Е. В. Кластеры сельского туризма как фактор устойчивого развития сельских территорий / Е. В. Кулагина, Д. П. Маевский, О. К. Прончева // Стратегия устойчивого развития регионов России. – 2014. – № 23. – С. 124-127.
4. Лужанская Т. Ю. Сельский туризм: история, настоящее и перспективы : учебное пособие / Т. Ю. Лужанская, С. С. Махлинец, Л. И.



Тебляшкина ; под редакцией И. М. Волошина. - Киев : Кондор, 2008. – 385 с.

5. Новиков В. Аграрный туризм как фактор территориального развития и диверсификации сельской экономики / В. Новиков, С. Журабин // АПК: экономика, управление. – 2013. – № 10. – С. 75–82.
6. Носов А. Л. Анализ состояния рынка логистических услуг и пути его развития / А. Л. Носов // Логистика сегодня. – 2010. – № 3. – С. 150-156.
7. Носов А. Л. Логистика в агропромышленном комплексе / А. Л. Носов // Концепт. – 2016. – № 11. – С. 173-175.
8. Путин подписал закон о сельском туризме в России // ТАСС: сайт. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/11806891> (дата обращения 06.09.2021).
9. Рындач М. А. Агротуризм как инструмент развития сельских территорий / М. А. Рындач // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2016. – № 3. – С. 68-79.
10. Уланов Д. А. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы / Д. А. Уланов // Молодой ученый. – 2013. – № 6 (53). – С. 455-459.
11. Hossein G. O. An entrepreneurial tourism project through agro-tourism farm in Iran / G.O. Hossein, H. Alipour, S. Dalir // Journal of sustainable development studies. – 2014. – Vol. 6. – No. 1. – P. 48-63.
12. Muhammad M. The coastal community perception on the socio-economic impacts of agrotourism activities in coastal villages in Malaysia / H. A. M Shaffril, A. Hamzah., S. Md. Yassin, B. A. Samah, J. L. D'Silva, N. Tiraieyari // Asia Pacific journal of tourism research. – 2015. – Vol. 20. – No. 3. – P. 295-313.
13. Driving force and development strategies of China's agrotourism / L. Wang, S. Cheng, Q. Min, L. He // Journal of eco-agriculture. – 2012. – Vol. 20. – No. 6. – P. 681-687.

