

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ОЗДОРОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ СЕЛА РЕГИОНА

Н. А. Калугина¹, М. Б. Молдажанов^{1,2}, В. В. Пуричи¹

¹Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

²Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет (Семей, Казахстан)

В статье рассматриваются вопросы развития сельского туризма. Внимание обращается на формы и методы продвижения услуг данной сферы туризма, что особенно важно в период роста актуальности внутреннего туризма и смены парадигмы отдыха. Авторы обращают внимание на то, что продвижение сельского туризма должно быть связано не только с поиском технических приемов продвижения, но и с изменением социально-культурной парадигмы восприятия сельского туризма как сферы организации рекреации и отдыха.

Исключительное значение сельскому туризму авторы придают как сфере бизнеса, способной оказать позитивное влияние на экономику сельской местности в условиях общего кризиса сельских территорий, деградации сельских поселений. Сегодня как никогда сохранение сельского пространства в качестве экономически активного и социально устойчивого является важнейшей задачей.

Особенно это актуально для Алтайского края. Аграрно-индустриальный регион испытывает серьезные экономические и социальные проблемы, связанные как с изменением структуры региональной экономики, так и деградацией сельской местности. Одним из инструментов оптимизации состояния сельской местности Алтая может быть сельский туризм, активно развивающаяся и требующая высокого внимания как со стороны науки так и со стороны органов власти, сфера деятельности.

Ключевые слова: сельская местность, сельские поселения, сельский туризм, культурно-исторические условия.

RURAL TOURISM AS A TOOL FOR IMPROVING THE RURAL ECONOMY OF THE REGION

N. A. Kalugina¹, M. B. Moldazhanov^{1,2}, V. V. Purichi¹

¹Altai State University (Barnaul, Russia)

²Kazakh Humanitarian Law Innovative University (Semey, Kazakhstan)

The article discusses the development of rural tourism. Attention is drawn to the forms and methods of promoting services in this sphere of tourism, which is especially important during a period of growing relevance of domestic tourism and a change in the paradigm of recreation. The authors point out that the promotion of rural tourism should be associated not only with the search for technical methods of promotion, but also with a change in the socio-cultural paradigm of perception of rural tourism as a sphere of organization of recreation and recreation.

The authors attach great importance to rural tourism as a business sector capable of exerting a positive influence on the rural economy in the conditions of a general crisis in rural areas and the degradation of rural settlements. Today as never before conservation of rural space as economically active and socially sustainable is the most important task.

This is especially true for the Altai Territory. The agrarian-industrial region is experiencing serious economic and social problems related both to changes in the structure of the regional economy and degradation of rural areas. One of the tools tactic for optimizing the state of rural areas in the Altai Region can be rural tourism, which is actively developing and requires high attention from both science and government agencies, the sphere of activity.

Keywords: rural areas, rural settlements, rural tourism, cultural and historical conditions.

Туристско-рекреационная система региона содержит несколько ключевых сегментов, среди которых одним из стратегически важных и динамично развивающихся выступает сельский туризм. Сельский туризм органично вписывается в экономическую и социальную систему Алтая. В регионе, где доля сельского населения значительно выше среднего показателя по стране (она занимает 27% от общей численности населения), сельская жизнь сама выступает важной частью жизни территории. Туристское направление экономики края тесно связано с историей и социальной структурой. Рекреационные ресурсы — это не только природные памятники и объекты исторического наследия, но и специфические характеристики современной жизни населения территории. В Алтайском крае история социального развития, экономическая специфика и вся современная жизнь тесно связана с функционированием и трансформацией села.

Туристская отрасль в процессе становления требует существенных затрат на инфраструктуру. Эти затраты имеют значительный период окупаемости, что отчасти останавливает инвесторов, имеющих возможность вложений с более быстрым периодом окупаемости. Сегодня долгосрочные инвестиции не свойственны экономической системе России. Однако сельский туризм ориентирован на использование уже имеющейся инфраструктуры. В сельской местности большая доля инфраструктурных объектов высвобождается: пустующий жилой фонд, производственные здания и сооружения. Снижается востребованность дорог и они приходят в негодность. Не используются линии электропередачи, водопроводы, которые доставляли воду в исчезающие и исчезнувшие поселения. Совокупная стоимость невостребованных и разрушающихся инфраструктурных объектов не поддается оценке. Это связано как с общей демографической ситуацией (снижение численности населения в результате миграционного оттока и депопуляции), так и с сокращением потребности в инфраструктурных объектах меняющегося сельского хозяйства. Возможность альтернативного использования — это вариант эффективного сохранения ценнейших объектов.

В сельской местности быстро высвобождаются трудовые ресурсы. В результате механизации сельского хозяйства потребность в рабочих руках снижается. Трудозатратные отрасли сокращаются в связи с низкой конкурентоспособностью. Так, на Алтае существенно сократились объемы овощеводства, почти полностью исчезло племенное овцеводство, и это приводит к снижению востребованности наиболее квалифицированных специалистов. Существенные потери в квалифицированных специалистах на селе происходят и в результате ликви-

дации социальных объектов: клубов, библиотек, больниц, школ. Село теряет интеллигенцию, которая является хранителем духовных основ сельской общинности. Острая ситуация с занятостью делает особенно актуальными проекты обеспечения занятости сельского населения. Сельский туризм опирается на трудовые ресурсы, при этом предполагает различные, в том числе краткосрочные формы, повышения квалификации сотрудников. Это особенно важно, потому что основной целью экономической политики является не обеспечение высоких показателей валового производства, а создание благоприятных условий для жизни, деятельности и самореализации каждого человека. Такое возможно только в том случае, когда каждый занятый в экономике имеет перспективу для карьерного роста, повышения благосостояния и саморазвития. В настоящее время политика региональных властей зачастую напоминает политику советского периода, то есть основной задачей является обеспечить рост валового производства и отчитаться. Развитие с этой тенденцией имеет мало общего. Необходимо искать новые формы организации социальной и, прежде всего, экономической жизни в сельской местности.

Сельская местность Алтая имеет сложную историю формирования. Пережив целый ряд исторически важных этапов, начиная с эпохи переселений в демидовское время, столыпинских реформ, переселений советского времени, территория пережила освоение целины, укрупнение сельских поселений и сельскую трансформацию в 90-х. В настоящее время идет сокращение сельских поселений, которое обусловлено и социальными, и географическими, и технико-экономическими тенденциями современной аграрной экономики [1]. Все это наложило существенный отпечаток на развитии сельской местности, ее экономическую жизнеспособность. Если в 70-е гг. укрупнение сел привело к ликвидации целого ряда мелких сельских поселений, и это рассматривалось как результат административного воздействия, было обеспечено финансовыми и организационными инструментами, что позволило нивелировать негативные социальные эффекты, то в 90-х данный процесс носил стихийный характер. Рынок во многом требовал сокращения расходов на рабочую силу, заменяя людей механизмами и новыми способами агротехники [2]. При этом открытый рынок не выдерживал конкуренции с импортной товарной продукцией и снижал доходность аграрного производства. Все это приводило к деградации сельской местности, оттоку наиболее активного населения в города. В результате «сжатия» сельских поселений вставал вопрос о сокращении бюджетных расходов на низкоэффективные сельские территории. Сокращение

учреждений культуры и искусства, школ и больниц привело к нарастающей деградации сельской местности, возрастанию оттока экономически активного населения и обострению экономических и социальных проблем.

В сложившейся ситуации острой необходимостью стал поиск новых способов повышения экономической эффективности всех форм деятельности в сельской местности. В качестве перспективного направления сегодня органами власти и экономическими субъектами рассматривается сельский туризм. В муниципальных районах Алтайского края при поддержке административных структур создаются экономические субъекты, предлагающие услуги сельского отдыха. Эти субъекты активно позиционируются как часть успешного сельского бизнес-пространства, предлагающего востребованный и перспективный продукт, оказывающий позитивное влияние на развитие территорий, их позиционирования и продвижения. Территории представляют себя на выставках и туристских симпозиумах различного ранга, рекламируют продукты сельскохозяйственного производства и возможности времяпрепровождения в комфортных условиях сельского быта. Алтай имеет богатую ресурсную санаторно-курортную базу [3] и имидж экологически чистой территории, на которой есть возможность прикоснуться к традиционному сельскому быту, предлагающему релаксацию чистым воздухом, эстетичным ландшафтом. При этом употреблять в пищу экологически чистые продукты питания, осуществлять конные и пешие прогулки, посещать баню и т. д. Все это разрабатывается с расчетом на внешнего потребителя. Жители индустриальных регионов России и представители зарубежных государств должны получить возможность познакомиться с жизнью сельской местности Алтая как с экзотическими услугами нашего региона. Такой подход нацелен на привлечение в регион внешнего потребителя и ростом доходов региона как формы экспорта услуг. Экономически такой подход имеет понятное стратегическое обоснование, но развитие этой сферы требует массового потребителя, которого в настоящее время, к сожалению, нет. Сельский туризм со сложившейся инфраструктурой и мощной ресурсной базой пока не получил нужного экономического развития.

По мнению авторов, есть существенная ошибка в продвижении продукта. Маркетинговые инструменты, направленные на привлечение внешнего потребителя, имеют ряд просчетов. Жители индустриальных регионов, в том числе Центральной России, имеют возможность получить сходные по качеству услуги в близлежащих аграрных регионах, и стоимость трансферта исключает возможность их массового притока именно на территорию

Алтая. Зарубежные клиенты ожидают качество обслуживания, значительно превосходящее по уровню то, которое способны оказать в настоящее время сельские дома на Алтае. Для развития сферы требуется массовый поток, способный оказать позитивное влияние на конкурентную среду и, главное, предложить финансовый поток, способный стимулировать инвестиционные процессы в этом экономическом сегменте.

Для поиска потребителя нужно задаться вопросом — кто более всего заинтересован в комфортном отдыхе в сельской местности в Алтайском крае? Сегодня мы можем наблюдать специфический феномен, который давно стал привычной реальностью современных российских городов. Это обширные дачные участки, окружающие города, в их числе и города Алтайского края (Барнаул, Бийск, Рубцовск). Люди в зрелом возрасте тратят огромное количество времени на обработку земельных участков в пригороде, что имеет очень низкую экономическую эффективность. В большинстве случаев это — тяжелый ручной труд. Сами работники не имеют профессиональной подготовки и приемы агротехники применяют, опираясь на интуицию, слухи и собственный жизненный опыт, который ничего общего с современной аграрной наукой не имеет. Время и средства, затрачиваемые ежедневно на переезд на дачу, стоимость расходных материалов, механизмов и стоимость получаемого результата не выдерживает экономической критики и оправдываются только привязанностью людей к огородничеству.

Большая часть современных алтайских (как и российских) горожан — это выходцы из сельской местности. Сельская жизнь и деятельность имеет ряд позитивных психологических особенностей. Среди них экономическая независимость: «Я сам выращу продукты питания и не буду зависеть от цен на рынке». Хотя реальная стоимость таких продуктов может быть значительно выше рыночной. Еще одним условием популярности данного вида деятельности является психологическая привычка бывших селян к сельскому образу деятельности — привязанность «к земле». Важнейшим психологическим эффектом является приверженность к сельским социальным институтам. Опыт исследований авторов позволяет сделать вывод о том, что расставание с сельским образом жизни вызывает сожаления, связанные с общинностью сельского быта. Опросы экспертов показывают, что главной ценностью в прошлом, в сельском быту было доверие к окружающим людям. Многие вспоминают, что «мы двери в домах не закрывали» как один из самых ценных аргументов того, что «там было лучше». Эти психологические эффекты показывают массовую ностальгию о сельском

образе жизни в современной городской среде. Ностальгия передается в поколениях с меньшей силой, но неизменным присутствием.

Эффективное рыночное поведение предполагает правильное понимание потребностей потенциальных клиентов. Можем ли мы рассматривать сегмент взрослого и пожилого населения как потребителей продукта сельского туризма? Какова потребность у городского населения провести время в «знакомой» сельской местности с комфортом и обеспечением возможности реализовать «тягу к земле», удовлетворить ностальгию. Пожить несколько дней в среде, которая напоминает о прошлом, окунуться в детство или вспомнить о жизни своих предков. Сегодня не всегда у городских жителей есть возможность вернуться к истокам, потому что села, в которых они жили, либо исчезли, либо находятся на грани исчезновения, и такое путешествие не может быть отдыхом и психологическим утешением. Зачастую приезд в сельскую местность связан с необходимостью оказания помощи оставшимся там родственникам и близким. Часто путешествие в родное село оставляет тягостное впечатление разрухи и запустения, а посещение близких вызывает сочувствие и жалость. Во многом это связано с разрушением тех самых институтов, которые были наиболее привлекательным аспектом сельской жизни с позиции современного россиянина. Уже нет или почти нет взаимопомощи, совершенно отсутствует ощущение перспективы, живописные села превращаются в зияющие дырами разбитых окон пустыри и развалины. Все это не дает возможности получить приятное утешение ностальгии и эстетическое удовольствие от загородных просторов. Нет возможности соприкоснуться со своей личной, семейной и национальной историей. А потребность в этом есть и будет всегда. Не снижается популярность традиционных форм культуры. Песни, танцы, опыт народных ремесел, верования и ритуалы поддерживаются творческими коллективами, в которых наряду со взрослыми принимает участие и молодежь. Эти формы культуры всегда позиционируются как визитная карточка территориальных объектов сельских административных районов, отдельных сел и регионов в целом. Сегодня ведется работа по восстановлению утраченного этнического опыта и сохранению национальных особенностей отдельных этнических групп. И все же такая работа в городском пространстве выглядит как эпизодическая, замкнутая часть жизни.

По мнению авторов, глубокая потребность в причастности к сельской жизни есть у жителей городов и поселков внутри региона. И она не удовлетворена. Однако вновь формирующееся направление сферы туристских услуг — сельский туризм

способен в полной мере предоставить такую возможность. Для реализации этого есть ряд препятствий. Одним из них является низкая информированность городских жителей об услугах сферы сельского туризма. Сейчас в качестве потребителей рассматриваются внешние клиенты — жители других регионов и стран. В среде жителей собственного региона реклама работает крайне слабо и неэффективно.

На официальном сайте управления Алтайского края по туризму и курортной деятельности [4] описания услуг предприятий сельского туризма нет. Есть конкретные ссылки на туристские кластеры, маршруты, в том числе на брендовые маршруты: «Большое золотое кольцо Алтай», «Малое золотое кольцо Алтай». Следует заметить, что составными частями этих колец выступают в том числе и объекты сельского туризма. Дано описание объектов санаторно-курортной сферы. Сельский туризм отсутствует как самостоятельное направление, которое позиционирует администрация края. Однако в Государственной программе «Развитие туризма в алтайском крае» на 2015–2020 гг. [6] «пятый блок мероприятий предусматривает содействие развитию на территории края сельского туризма путем субсидирования части затрат на строительство и реконструкцию гостевых домов, проведение обучающих семинаров в рамках внедрения института «Крестьянское гостеприимство» и издания методического пособия по организации сельского туризма». В упомянутом методическом пособии [5] есть раздел по организации маркетинговой деятельности. Материал раздела не содержит информации о маркетинговой деятельности направления в целом, а предполагает маркетинг каждого отдельного объекта. Таким образом, данное пособие административную поддержку в продвижении продукта не предполагает. А политика региона сводится к «содействию, путем субсидирования части затрат».

При этом ГОСТ Р 56641–2015 «Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования» разработан с учетом опыта реализации этой деятельности в Алтайском крае [6].

Ресурс «визиталтай.рф» в материалах о сельском туризме упоминает, но на странице туры и экскурсии ссылок на этот вид деятельности не дает [7].

Отдельный ресурс с названием «Сельский туризм на Алтае» [8] предоставляет более развернутую характеристику этому виду деятельности в крае. На нем также есть материалы с описанием конкретных объектов с перечнем их услуг. Так, есть ссылки на 70 усадеб, предлагающих размещение в различных районах Алтая, в том числе и в Республике Алтай [9]. Здесь есть действующие формы, которые позволяют владельцам сель-

ских домов выставлять информацию о собственных услугах самостоятельно. Сайт представляется эффективным средством продвижения услуг сельского туризма в интернете. Однако последние новости, опубликованные на этом сайте, датируются 2013 г. Можно сделать вывод, что работа сайта не поддерживается, несмотря на то, что заинтересованные пользователи — владельцы сельских домов — конечно, есть.

Представляется, что системная маркетинговая деятельность в области сельского туризма в Алтайском крае не ведется или имеет иные формы. Рекомендуемые в методическом пособии инструменты индивидуального продвижения без общей поддержки региональной властью в существующих условиях неэффективны. Под условиями авторы имеют в виду то, что деятельность подавляющего большинства экономических субъектов в этой сфере только начинается, конкуренция со стороны других видов туризма высока, а потребительский рынок не только не сложился, а находится в зачаточном состоянии. Да и сами отдельно взятые потребители имеют слабые экономические характеристики.

Еще одним препятствием выступает низкая платежная способность горожан Алтайского края, которых мы предлагаем рассматривать как потребителей внутреннего рынка. Низкая платежеспособность приводит к тому, что существенный сегмент населения предпочитает экономить на отдыхе, проводя свободное время на дачных участках, на берегу рек и т. д. «Дикий» туризм в этом сегменте сформировался давно, начал заменяться организованным в период роста доходов и легко увеличивает свой объем в период экономического кризиса. Такая ситуация требует как организационно-пропагандистских инструментов решения проблемы, так и экономических. Пропаганда предполагает невероятно широкий спектр инструментов от прямой рекламы, до глубокой информационной ра-

боты по изучению истории и культуры сельской местности, размещению информации о результатах в СМИ, воспитательные мероприятия, направленные на молодежь и подростков, организацию экскурсий для различных групп населения и многое другое. Важным моментом в этом отношении является то, что такие мероприятия требуют централизованного управления и концентрированного и емкого ресурса.

Экономические инструменты можно разделить. С одной стороны, это рост доходов населения, но нет гарантии, что в этом случае они не уедут на приморские курорты. С другой — удешевление самого продукта. Существенная финансовая нагрузка оказывается в сегменте трансферта. Транспортная составляющая может быть сокращена созданием системы транспортировки, адресно направленной на перевозку горожан к месту отдыха в сельской местности. Это снизит издержки за счет эффекта масштаба и сделает продукт более доступным и популярным.

Высокое значение имеет разработка эффективных методик ведения бизнеса в сфере сельского туризма. Примером, но весьма недостаточным, могут служить упомянутые выше методические рекомендации. Методики ведения бизнеса не могут быть косвенными, они требуют постоянного мониторинга, работы с конкретными субъектами бизнеса в плане исследования, систематизации информации, разработки и предложения образовательной информации для участников бизнес-процесса.

Большое значение имеет государственная поддержка, разнообразные формы которой имеются в других сферах и могут быть адаптированы, а также разработаны адресные, направленные исключительно на эту сферу сельского туризма инструменты. Стратегический инструмент для развития этой сферы является — закон РФ о сельском туризме, который, по мнению авторов, обязательно надо принять.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Мищенко И. В., Пуричи В. В. Интеллигенция как опорный субъект социального развития сельских территорий: региональный аспект // Экономика Профессия Бизнес. 2016. № 4. С. 69–75.
2. Пуричи В. В., Калугина Н. А. Стихийная урбанизация и трудовой потенциал села // Управление современной организацией: опыт, проблемы и перспективы. 2010. № 4. С. 65.
3. Молдажанов М. Б., Пуричи В. В. Состояние и роль санаторно-курортной системы российско-казахского Алтая в оздоровлении населения // Экономика Профессия Бизнес. 2018. № 2. С. 75–82.
4. Сайт управления Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности [Электронный ресурс]. URL: <http://alttur22.ru/>
5. Методические рекомендации по организации сельского туризма в Алтайском крае. Изд. 2-е. Барнаул: АПОСТРОФ, 2018. 100 с.
6. Сайт новостей международного туристского форума «Визит Алтай» [Электронный ресурс]. URL: http://www.visitaltai.info/more_categories/news/7809/

7. Сайт экскурсионных туров международного туристского форума «Визит Алтай» [Электронный ресурс]. URL: http://www.visitaltai.info/what_do/tours_excursions/
8. Сайт, посвященный сельскому туризму в Алтайском крае [Электронный ресурс]. URL: http://www.selo22.ru/altayskiy_kray
9. Официальный сайт гостевых домов Алтайского края [Электронный ресурс]. URL: <http://www.selo22.ru/usadbi/>

REFERENCES

1. Mishchenko I. V., Purichi V. V. Intelligentsia as a porn subject of social development of rural areas: regional aspect // *Economy Profession Business*. 2016. No. 4. Pp. 69–75.
2. Purichi V. V., Kalugina N. A. Spontaneous urbanization and labor potential of the village // *Management of modern organization: experience, problems and prospects*. 2010. No. 4 Pp. 65.
3. Moldazhanov M. B., Purichi V. V. The Status and role of sanatorium-resort system of the Russian-Kazakh Altai in the health population // *Economy Profession Business*. 2018. No. 2. Pp. 75–82.
4. Altai Territory website for the development of tourism and resort activites URL: <http://alttur22.ru/>
5. Guidelines for organizing rural tourism in the Altai territory. 2nd edition. Barnaul: APOSTROPHE, 2018. 100 s.
6. Novos website of the international tourism form “Visit Altai” URL: http://www.visitaltai.info/more_categories/news/7809/
7. Website of excursim tours of international tourism form “Visit Altai” URL: http://www.visitaltai.info/what_do/tours_excursions/
8. Website dedicated to rural tourism in the Altai Territory URL: http://www.selo22.ru/altayskiy_kray
9. Official website of organization guest house (village of Altay krai) URL: <http://www.selo22.ru/usadbi/>

Поступила в редакцию: 31.01.2020.

Принята к печати: 21.04.2020.