

Казахский национальный университет имени аль-Фараби

УДК 338.48.02:910.1/2(796.5)

На правах рукописи

ШӘКЕН АЙМАН ШӘКЕНҚЫЗЫ

Детерминанты развития агротуризма в Алматинской области

6D090200 – Туризм

Диссертация на соискание степени доктора философии (PhD)

Научные консультанты:

доктор географических наук, доцент
Плохих Роман Вячеславович

доктор географических наук, профессор
Ердаuletов Станислав Рамазанович

Dr. Hab., руководитель отдела туризма
и санаторно-курортного менеджмента
Института географии и пространственного
управления Ягеллонского университета,
Мика Мирослав, Польша

Республика Казахстан
Алматы, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

	ОПРЕДЕЛЕНИЯ.....	3
	ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ.....	4
	ВВЕДЕНИЕ.....	6
1	НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЙ АГРОТУРИЗМА И ДЕТЕРМИНАНТ ЕГО ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ	13
1.1	Библиометрический анализ исследований агротуризма	13
1.2	Контент, соотношение и анализ основных понятий	26
1.3	Типология агротуризма, особенности и роль в территориальном развитии.....	33
1.4	Глобальные практики агротуризма и их особенности.....	40
1.5	Подходы и методы исследования агротуризма.....	46
2	СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПОТЕНЦИАЛ И ДЕТЕРМИНАНТЫ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В АЛМАТИНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	52
2.1	Современное состояние агротуризма.....	52
2.1.1	Характеристика респондентов	54
2.1.2	Характеристика агротуристских хозяйств.....	55
2.1.3	Контингент агротуристов.....	61
2.1.4	Предпосылки и мотивы агротуристской деятельности.....	64
2.1.5	Ограничения агротуристской деятельности	66
2.2	Совокупный агротуристский потенциал территории.....	68
2.3	Детерминанты развития агротуризма.....	86
3	ПЛАНИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В АЛМАТИНСКОЙ ОБЛАСТИ С УЧЕТОМ ВЫЯВЛЕННЫХ ДЕТЕРМИНАНТ.....	98
3.1	Прогнозирование спроса и потребительские предпочтения как базис развития агротуризма.....	98
3.2	Рекомендуемый зарубежный опыт развития агротуризма с учетом специфики территории.....	110
3.3	Территориально-дифференцированный комплекс мероприятий для развития агротуризма.....	121
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	137
	СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	140
	ПРИЛОЖЕНИЯ.....	151

ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В диссертации применяются следующие термины с соответствующими определениями:

Агротуризм – это совокупность отношений и явлений, возникающих во время путешествия и пребывания людей в функционирующем сельскохозяйственном предприятии, организованных его хозяевами с использованием как собственных ресурсов, так и туристских достопримечательностей прилегающей территории.

Агротуристская деятельность – это экономически-активная деятельность сельскохозяйственного предприятия, связанная с предложением посетителям широкого спектра агротуристских услуг и приносящая доход владельцам.

Агротуристское хозяйство – это сельскохозяйственное предприятие, предлагающее на платной основе посетителям услуги агротуризма.

Детерминанты развития агротуризма – это стимулирующие и сдерживающие факторы, влияющие на развитие агротуризма.

Классификация агротуризма – это процесс систематизации разных разновидностей агротуризма на основе их характеристик и внешних факторов.

Потребительские предпочтения – это суждения и оценки, которые потребители делают о продуктах и услугах на основе разных субъективных и объективных критериев (например, персонально значимые характеристики качества, цена, удобство и др.).

Природные туристско-рекреационные ресурсы – это территориальные сочетания природных компонентов, которые могут быть использованы для организации туристско-рекреационной деятельности.

Сельскохозяйственные туристско-рекреационные ресурсы – это природно-антропогенные и другие ресурсы, применимые для развития туризма на сельской территории и включающие разные объекты и места как фермерские и крестьянские хозяйства, сельскохозяйственные угодья, фруктовые сады, винодельни, пасеки и др.

Совокупный агротуристский потенциал территории – это суммарный потенциал территории по четырем группами показателей: природные туристско-рекреационные ресурсы; социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы; объекты туристского хозяйства; сельскохозяйственные туристско-рекреационные ресурсы.

Социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы – это разные объекты и возможности, способствующие развитию туризма и включающие в разнообразные аспекты социально-экономических жизни и деятельности человеческого сообщества как культурное наследие, традиции и обычаи местных жителей, культурные мероприятия, предпринимательские и инвестиционные проекты и др.

Территориально-дифференцированный комплекс мероприятий – это совокупность действий и мер, рекомендуемых с учетом отличий и специфики конкретных территорий.

ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

В диссертации применяются следующие обозначения и сокращения:

CA	–	Conformance Analysis (анализ соответствия);
DA	–	Domestic Agritourism (внутренний агротуризм, «вопросы управления»);
IA	–	Incoming Agritourism (въездной агротуризм, «вопросы управления»);
IAED/МАЭР	–	International Association for Economic Development (Международная ассоциация экономического развития);
MARDI	–	Malaysian Agricultural Research and Development Institute (Малайзийский институт сельскохозяйственных исследований и разработок);
MCA	–	Multiple Correspondence Analysis (множественный анализ соответствия);
NGO	–	Non-Governmental Organizations (некоммерческие общественные организации);
NWF	–	Non-Working Farm (неработающая ферма);
SCP	–	Single Country Publications (публикации авторов из одной страны);
WFDCA	–	Working Farm, Direct Contact-Authentic (агротуризм на работающей ферме с непосредственным аутентичным контактом);
WFDCS	–	Working Farm, Direct Contact Staged (агротуризм на работающей ферме с прямым контактом);
WFIC	–	Working Farm, Indirect Contact (агротуризм на работающей ферме с косвенным контактом);
WFPC	–	Working Farm, Passive Contact (агротуризм на работающей ферме с пассивным контактом);
WWOOF	–	World Wide Opportunities on Organic Farms (Всемирные возможности на органических фермах);
АО	–	Акционерное общество;
ГУ	–	Государственное учреждение;
ЕС	–	Европейский союз;
ИП	–	Индивидуальный предприниматель;
КАГиР	–	Казахстанская ассоциация гостиниц и ресторанов;
КТА	–	Казахстанская туристская ассоциация;
КХ	–	Крестьянское хозяйство;
ЛПХ	–	Личное подсобное хозяйство;
МИО	–	Местный исполнительный орган;
ОТХ	–	Объекты туристского хозяйства;
ОЮЛ	–	Объединение юридических лиц;
ПТРР	–	Природные туристско-рекреационные ресурсы;
РГУ	–	Республиканское государственное учреждение;

РК	– Республика Казахстан;
САПТ	– Совокупный агротуристский потенциал территории;
СПоК	– Сельскохозяйственные потребительские кооперативы;
СТРР	– Сельскохозяйственные туристско-рекреационные ресурсы;
СЭТРР	– Социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы;
ТОО «БТА»	– ТОО «Бюро по туризму Алматы (Almaty Tourism Bureau)» (бывший Туристский информационный центр «Visit Almaty» Управления туризма города Алматы);
ТОО	– Товарищество с ограниченной ответственностью;
ФХ	– Фермерское хозяйство;
ЮНВТО	– Всемирная Туристская Организация Организации Объединенных Наций.

ВВЕДЕНИЕ

Общая характеристика диссертационного исследования.

Диссертационная работа посвящена изучению детерминант развития агротуризма Алматинской области. На первом этапе выполнен комплексный анализ разных теоретико-методологических аспектов агротуризма, включая библиометрический анализ исследований в данной сфере, изучение контента и соотношения главных понятий, типологии агротуризма и его роли в территориальном развитии, глобальных практик развития, подходов и методов исследования агротуризма. В результате выявлен передовой опыт формирования адекватного и эффективного аналитического инструментария исследования. На втором этапе проведен анализ современного состояния, потенциала и барьеров для развития агротуризма, включая оценку его текущего состояния и совокупного потенциала, а также выявление факторов и барьеров развития. На завершающем этапе исследования осуществлено планирование организации и развития агротуризма с учетом выявленных детерминант. Изучены вопросы прогнозирования спроса и потребительских предпочтений, сформированы предложения по рекомендуемому для использования зарубежному опыту развития агротуризма с учетом специфики территории и разработан территориально-дифференцированный комплекс мероприятий.

Актуальность диссертационного исследования. В международной научной литературе дискуссии о развитии и функционировании агротуризма обширны и многогранны. Для стран Центральной Азии, где происходят системные преобразования, этот вопрос новый. Их переход от командно-административной системы управления и централизованно-плановой экономики к рыночной, привел к глубоким структурным изменениям в экономической сфере и значительным социальным издержкам. Диверсификация развития стран посредством предпринимательства стала одним из основных социально-экономических приоритетов. Страны Центральной Азии ищут пути активизации жизнеспособности населения в разных секторах экономики, включая сельское хозяйство и сферу услуг, а это напрямую связано с агротуризмом.

Среди приоритетов развития Республики Казахстан особое внимание акцентируется на сельских территориях и хозяйстве как особых драйверах устойчивого развития страны: «Экономический курс Справедливого Казахстана» (Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева Народу Казахстана от 01.09.2023 года); «Новый Казахстан: путь обновления и модернизации» (Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева Народу Казахстана от 16.03.2022 года); «Об утверждении Национального плана развития Республики Казахстан до 2025 года и признании утратившими силу некоторых указов Президента Республики Казахстан» (Указ Президента Республики Казахстан от 15.02.2018 года № 636); «Об утверждении Концепции развития малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан до 2030 года» (Постановление Правительства Республики Казахстан от

27.04.2022 года № 250); «Об утверждении Концепции развития сельских территорий Республики Казахстан на 2023–2027 годы» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 28.03.2023 года № 270); «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 28.03.2023 года № 262); «Об утверждении Государственной программы развития регионов на 2020 – 2025 годы» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 27 декабря 2019 года № 990); Национальный проект «Сильные регионы – драйвер развития страны» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 12.10.2021 года № 729); «О некоторых вопросах специальных экономических зон» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 24 ноября 2017 года № 772) и др. Неоднократно подчеркивалось, что необходимо не только диверсифицировать производство разных видов продукции на сельских территориях и повысить его эффективность, но и развивать обслуживающие секторы экономики. Развитие агротуризма на сельских территориях и продвижение их в качестве компонента агротуристского продукта имеет не только важное значение для решения текущих проблем в сельской местности, но и может быть долгосрочным приоритетом страны.

К аргументам, подчеркивающим актуальность диссертационного исследования для Республики Казахстан с позиции его значимости, относятся следующие:

экономические: агротуризм – потенциально перспективный сегмент туризма, содействующий развитию и диверсификации экономики сельских территорий, а изучение детерминант его развития – оптимальный подход к его организации, стимулированию и поддержке;

социокультурные: агротуризм способствует сохранению и бережному использованию природного и культурного наследия регионов, а также выстраиванию взаимодействий между городским и сельским населением и поддержке традиционных ценностей;

экологические: агротуризм связан с экологически устойчивыми практиками и принципами устойчивого развития, механизмами рационального использования природных ресурсов и смягчения воздействий на окружающую среду;

туристские: развитие агротуризма формирует внутри- и межрегиональные потоки туристов, разнообразит туристские продукты, стимулирует спрос на туристские услуги, продвигает привлекательную туристскую инфраструктуру и повышает конкурентоспособность.

К аргументам, подчеркивающим актуальность диссертационного исследования для Республики Казахстан с позиции решения вопросов научного обеспечения, относятся следующие: отсутствуют целостные представления о научных основах исследования организации и развития агротуризма на региональном уровне и распространен широкий спектр не всегда сопоставимых практик агротуризма; методически не разработана для условий Казахстана проблема исследования современного состояния, потенциала и барьеров для

организации, стимулирования и поддержки развития агротуризма; нет примеров прикладного изучения факторов и барьеров, влияющих на агротуризм как альтернативную деятельность населения для сбалансированного социально-экономического развития сельских территорий Казахстана; необходима на тестовом регионе демонстрация разработки мероприятий для организации, стимулирования и поддержки агротуризма с учетом детерминант его развития.

Степень научной изученности проблемы. В настоящее время имеется более 40 крупных информационных платформ в Интернет, связанных с агротуризмом. Например, Agritourism World (<https://agritourismworld.com/>), Worldwide Opportunities on Organic Farms – WWOOF (<https://wwwoof.net/>), European Federation of Farm and Village Tourism (<https://www.ruraltour.eu/>), Agritourism Ideas (<https://www.facebook.com/agritourismadmin?mibextid=LQQJ4d>) и др. Среди работ зарубежных авторов, в которых рассматриваются проблемы, относящиеся к агротуризму, отметим научные труды Sharpley R. и Sharpley J., Lakovidou O., Wall G., Sonnino R., Marques H., Barbieri C и Mshenga P.M., Phillip S., Hunter C., Blackstock K. и др. Среди казахстанских ученых можно отметить работы следующих ученых: Ердаuletova C.P., Плохих P.B., Темирбулатовой M.A., Актымбаевой A.C., Кошкимбаевой У.Т. и др. Однако они сосредоточены на географической оценке сельских территорий с позиции ожидаемых социально-экономических выгод от развития агротуризма. Только единичные исследования рынка агротуризма (Кенебаевой A.C., Сыздыковой Б.У.) акцентируют внимание на отдельных детерминантах его развития без целостного понимания сдерживающих и стимулирующих воздействий комплекса факторов на этот сегмент туризма для его оптимальной организации, стимулирования и поддержки.

Цель диссертационного исследования – исследовать основные стимулирующие и сдерживающие детерминанты развития агротуризма для понимания их роли в его оптимальной организации, активизации и поддержке на примере Алматинской области. Для достижения указанной цели были поставлены и решены следующие **задачи**:

проанализировать научные основы для исследования агротуризма на региональном уровне с систематизацией существующих теорий, методов и ключевых аспектов;

оценить современное состояние агротуризма в Алматинской области, его потенциал и детерминанты развития;

изучить спрос и потребительские предпочтения как базис развития агротуризма в Алматинской области;

разработать комплекс направлений и мероприятий для развития агротуризма в Алматинской области с учетом выявленных детерминант.

Объект исследования – агротуризм Алматинской области.

Предмет исследования – основные детерминанты агротуризма, влияющие на его организацию, активизацию и развитие в Алматинской области.

Методология диссертационного исследования основана на использовании общих и частных методов научного исследования. Главными

среди них стали: контент анализ научной литературы, методы системного и статистического анализа, сравнения, типологии, группировки, анкетирования, интервьюирования, экспертной оценки, районирования, картографический. Для создания картографического материала использована компьютерная программа «ArcGIS Pro» от компании ESRI.

Информационной базой диссертационного исследования послужили материалы анкетирования и интервьюирования, официальные данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан, результаты контент-анализа монографий и статей в научных журналах, ресурсы Интернет по теме диссертации, нормативно-правовые акты Республики Казахстан.

Научную новизну исследования обосновывают следующие положения:

проанализированы научные основы и методологии исследования агротуризма на региональном уровне с акцентом на их применимость и эффективность на примере Алматинской области;

оценено современное состояние, потенциал и детерминанты для развития агротуризма с учетом специфики территории и местных особенностей на примере Алматинской области;

изучен спрос и потребительские предпочтения с учетом изменяющихся тенденций и ожиданий туристов для организации и развития агротуризма на примере Алматинской области;

разработан с учетом выявленных детерминант комплекс направлений и мероприятий для организации и развития агротуризма на примере Алматинской области.

Теоретическая значимость исследования заключается в следующем:

расширено научное понимание текущего состояния и тенденций развития агротуризма через библиометрический анализ и оценку научных публикаций и выполнена концептуальная конкретизация ключевых терминов и понятий в сфере агротуризма;

изучены применимость разных научных типологий агротуризма и их специфические особенности с позиции важности и пригодности для эффективного развития агротуризма и выполнен анализ передового мирового опыта и лучших практик развития агротуризма для адаптации и применения в условиях Казахстана;

систематизированы методологические подходы к исследованию агротуризма для развития научной базы и обогащения методологического инструментария;

выполнена с использованием авторской методики интервьюирования научная оценка современного состояния агротуризма на примере Алматинской области;

оценен на основе авторской методики с использованием разработок Ердавлетова С.Р. совокупный агротуристский потенциал и составлена серия мелкомасштабных цифровых карт, а также изучены факторы и барьеры для развития агротуризма на примере Алматинской области;

изучен с использованием авторской методики анкетирования спрос и

предпочтения потенциальных агротуристов, систематизирован полезный зарубежный опыт и сформирован комплекс мероприятий по развитию агротуризма на примере Алматинской области.

Практическую значимость исследования раскрывают следующие аргументы:

библиометрический анализ научных публикаций отражает основные направления исследований агротуризма и включает концептуальную конкретизацию ключевых терминов и понятий;

изученные типологии и лучшие практики развития агротуризма применимы для организации, стимулирования и поддержки развития агротуризма после адаптации к условиям Казахстана;

систематизированные методологические подходы позволяют более точно оценить состояние и потенциал агротуризма и дополняют методологический инструментарий в случае решения специфических прикладных задач;

выполненные интервьюирование и анкетирование позволили получить непосредственную обратную связь от участников агротуристской отрасли и потенциальных агротуристов;

разработанный комплекс мероприятий по стимулированию развития агротуризма в Алматинской области представляет практический инструмент и является примером учета детерминант на региональном уровне;

результаты диссертации апробированы в форме акта внедрения по дисциплине «Сельский туризм» ОП «6В11101 Туризм» НАО «КазНУ имени аль-Фараби», авторских свидетельств НИИС КазПатент № 37724 от 01.07.2023 года «Научные основы исследования организации и развития агротуризма на региональном уровне» и № 44020 от 28.03.2024 года «Карта совокупного агротуристского потенциала Алматинской области».

На защиту выносятся следующие положения:

библиометрический анализ научных публикаций, формирование типологии агротуризма и систематизация методологических подходов играют ключевую роль в разработке научных основ исследований агротуризма и их обоснованности;

интервьюирование для выявления современного состояния агротуризма в условиях недостаточной информации и оценка совокупного агротуристского потенциала региона позволяют установить причинно-следственные связи с детерминантами развития агротуризма;

применение авторской методики анкетирования для изучения спроса и предпочтений агротуристов с учетом детерминант агротуризма обеспечивает формирование обоснованного и эффективного комплекса ключевых мероприятий по его развитию.

Апробация и публикации по теме исследования. Основные результаты представлены на следующих конференциях международного уровня: «Индустрия туризма и сервиса: известность, имидж, инвестиции» (Белгород, Российская Федерация, 2017), «Burabay Forum: международное сотрудничество Казахстана» (Астана, Республика Казахстан, 2018), «Фараби әлемі» (Алматы, Республика Казахстан, 2018, 2019), «Устойчивое развитие экономики:

состояние, проблемы, перспективы» (Пинск, Республика Беларусь, 2018), 17th theoretical and practical conference «Opportunities for development of tourism of Siberian region and neighboring areas» (Томск, Российская Федерация, 2018).

В 2015–2017 годы в качестве исполнителя автор принимала участие в рамках бюджетной программы 120 «Грантовое финансирование» (приоритет «Интеллектуальный потенциал страны», подприоритет «Фундаментальные исследования в области естественных наук») в реализации научного проекта № 0115PK00380 на тему «Концептуальная модель активизации сельских территорий Республики Казахстан посредством развития агротуризма» (научный руководитель – д-р геогр. наук, профессор Ердаuletov С.Р.).

Выполнена апробация полученных по теме исследования результатов в форме акта внедрения по дисциплине «Сельский туризм» ОП «6В11101 Туризм» НАО «КазНУ имени аль-Фараби» и 2-х авторских свидетельств НИИС КазПатент «Научные основы исследования организации и развития агротуризма на региональном уровне» за № 37724 от 01.07.2023 года и «Карта совокупного агротуристского потенциала Алматинской области» за № 44020 от 28.03.2024 года.

По теме диссертации всего опубликовано 14 научных работ, в том числе: 3 статьи в журналах базы SCOPUS и Web of Science; 4 статьи в изданиях, рекомендованных Комитетом по обеспечению качества в сфере науки и высшего образования Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (КОКСНВО МНВО РК), в том числе 1 статья в специальном выпуске; 5 статей в материалах международных конференций; 1 статья в материалах международной конференции в формате SCOPUS Proceedings.

Статья в журнале баз Scopus и Web of Science: Shaken A. at al. Women entrepreneurs in tourism in a time of a life event crisis // Journal of Sustainable Tourism, 2024, 32(3), Pages 457–479 (Scopus процентиль в 2022: Tourism, Leisure and Hospitality Management = 98 %; Geography, Planning and Development = 99 %; Web of Science, Journal Impact Factor по JCR в 2022 = Hospitality, Leisure, Sport & Tourism = Q1). Статьи в журналах базы Scopus: 1) Shaken A. at al. Investigation of environmental determinants for agritourism development in Almaty region of Kazakhstan // Geojournal of Tourism and Geosites, 2022, 41(2), Pages 354–361 (Scopus процентиль в 2022: Cultural Studies = 94 %; Geography, Planning and Development = 67 %); 2) Shaken A. at al. Exploring the social interest in agritourism among the urban population of Kazakhstan // Miscellanea Geographica, 2020, 24(1), Pages 16–23 (Scopus процентиль в 2020: Geography, Planning and Development = 40 %).

Статьи в изданиях, рекомендованных КОКСНВО МНВО РК: 1) Шакен А.Ш. и др. Анализ состояния исследований в области агротуризма на основе инструмента «Bibliometrix R» // Вопросы географии и геоэкологии, 2020, №3, С. 99–111. [clck.ru/39eZiB]; 2) Шакен А.Ш. и др. Оценка и картирование экологических детерминантов развития агротуризма в Алматинской области Казахстана // Вопросы географии и геоэкологии, 2019, №2, С. 32–44. [https://clck.ru/39eZ5X]; 3) Шакен А.Ш. и др. Еще раз о необходимости создания системы научного обеспечения развития туризма в Казахстане // Вестник Каз-

НУ. Серия географическая, 2016, 2(43), С. 111-116 [<https://clck.ru/39eZWm>]; 4) Shaken A.Sh. at al. Research frameworks for the development of rural tourism in Kazakhstan // Вестник КазНУ. Серия географическая, 2016, 1/2(42), С. 328-333 (специальный выпуск) [clck.ru/39eZBi].

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, приложения. В главе 1 рассмотрены научные основы исследования организации и развития агротуризма на региональном уровне. Глава 2 посвящена исследованию современного состояния, потенциала и барьеров для развития агротуризма на примере Алматинской области Республики Казахстан. В главе 3 представлены результаты разработки планировочно-рекомендательного комплекса для организации и развития агротуризма в Алматинской области с учетом выявленных детерминант.

Диссертация изложена на 150 страницах текста, набранного в программе MS Word, и включает 28 рисунков, 36 таблиц, список использованных источников из 164 наименований.

Автор выражает благодарность профессорско-преподавательскому составу кафедры рекреационной географии и туризма факультета географии и природопользования НАО «КазНУ имени аль-Фараби» за поддержку и ценные рекомендации.

1 НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЙ АГРОТУРИЗМА И ДЕТЕРМИНАНТ ЕГО ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

1.1 Библиометрический анализ исследований агротуризма

Растущий спрос на туры в сельскую местность и привлекательность сельского образа жизни как компонента туристской программы становятся важнейшими индикаторами роста популярности агротуристских продуктов и услуг [1, 2]. В Казахстане сельскохозяйственное производство на протяжении многих десятилетий было доминирующим, а зачастую и единственным, видом экономической деятельности населения сельских территорий [3, 4]. В конце XX века ситуация начала кардинально меняться. С увеличением интенсивности процессов вхождения Казахстана в мировое экономическое сообщество и глобализации начала проявляться тесная связь между демографическими показателями сельской местности и источниками/уровнем доходов местного населения [5–7]. На туризм как альтернативу сельскохозяйственному производству стали обращать всё больше внимания. Также его стали называть самым оптимальным ресурсом для развития сельских общин и придания им импульса для долгосрочного сбалансированного развития [4, 8–9]. Воплощение в жизнь планов развития агротуризма может обеспечить жизнеспособное и устойчивое существование постоянного населения на сельских территориях Казахстана, а также позволит стабилизировать экологическое состояние окружающей среды и использовать природные ресурсы в щадящем режиме. Многие сельские территории страны обладают уникальными возможностями для привлечения туристов, желающих установить связь с историческими, этническими и культурными «корнями» [10]. Сфера отечественного туроперейтинга уже стихийно начала реагировать на появившийся спрос на продукты агротуризма и связанные с ним услуги [11]. Насыщенный многочисленными стрессами образ жизни городских жителей, которые составляют 58,2 % населения Казахстана по данным Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан на начало 2020 года, делает необычайно привлекательным отдых в сельской местности со здоровой окружающей средой, спокойным и размеренным ритмом повседневной жизни в случае наличия необходимых и комфортных агротуристских услуг [6].

Специалисты-практики и исследователи применяют термин «агротуризм» к разным практикам [5, 6]. В зарубежной научной среде отсутствует единое понимание понятия «агротуризм», что доказывает использование по отношению к нему большого количества терминов: «agritourism», «agrotourism», «farmtourism» и др. Это вызывает трудности с точки зрения улучшения знаний об этой деятельности и для определения детерминант её успешного развития. С теоретической точки зрения агротуризм может быть устойчивой формой туризма, часто интегрированной в региональное развитие, цель которой – продвижение сельского капитала и стимулирование местной экономики [7–9]. Sharpley R. и Sharpley J. предложили интересную интерпретацию концепции «агротуризм»: «туристские продукты, которые непосредственно связаны с аг-

рарной средой, аграрной продукцией или аграрным пребыванием» [3]. Некоторые определения термина «агротуризм» подчеркивают разные природно-географические ресурсы [10–12], социокультурные аспекты [10, 13, 14], политические и экономические аспекты [10, 15–17]. Агротуризм на основе экологических детерминант сельской местности и особенностей местного сельского хозяйства предлагает множество вариантов программ отдыха. В их числе отдых в «зеленой» или естественной среде [18], сельская гастрономия [12], сельский образ жизни [17, 19, 20], знакомство с местным материальным и нематериальным культурным наследием [21, 22].

Огромное разнообразие трактовок подчеркивает необходимость разработки типологии агротуризма и добавляет трудности в выделении детерминант его развития. Типология агротуризма представляет собой сложную систему, во многом связанную со свойствами сельской местности, обуславливающими развитие конкретных разновидностей агротуризма на определенной территории. Типология, разработанная Phillip S. et al. [13], и ее модифицированная версия представляют собой серьезную попытку классификации агротуризма на основе систематизированного набора критериев [9]. В частности, Flanigan S. et al. [9, 23] выявили общие черты и различия в определении термина «агротуризм» среди дистрибьюторов, провайдеров и туристов. В целом они обнаружили, что работающее агротуристское предприятие, которое обеспечивает взаимодействие с сельским хозяйством, наилучшим образом соответствует представлениям обеих групп. Arroyo C.G. et al. [24] применили Phillip S. et al. [13] оригинальную модель в исследовании агротуризма среди фермеров, жителей и агентов по распространению знаний на примере Миссури в Северной Каролине Соединенных Штатов Америки. Полученные ими результаты подтверждают результаты Flanigan S. et al. [9, 23].

Lane B. [25] и Flanigan S. et al. [9] пришли к выводу, что агротуризм – это «серия видов продуктов, а не одно однородное целое». А производство каждого продукта зависит от определенного набора детерминант.

Вывод из изложенного выше только один – агротуризм охватывает чрезвычайно широкий спектр научных представлений и видов практической деятельности, которые имеют существенные различия. Недоразумения, связанные с пониманием сути и особенностей разновидностей агротуризма могут быть связаны с самыми разными факторами: конфликтом между свойствами реального агротуристского продукта и представлениями агротуриста о нём; наличием или отсутствием прямого контакта с сельскохозяйственным производством в ходе отдыха; достаточностью или избыточностью деятельностного компонента с позиции потребителя и многим другим.

Библиометрическое исследование было проведено в период 2019–2022 годы. Цель исследования состояла в том, чтобы на основе инструмента «Bibliometrix R» максимально полно изучить все доступные источники, связанные с ключевым словом «агротуризм (agritourism)». Инструмент «Bibliometrix R» (версия R 3.4.3, 2017-11-30) поддерживает ученого на разных этапах анализа публикаций: а) импорт данных и преобразование в «R data-frame» (таблица на подобие двумерного массива, в котором столбец включает

значения одной переменной, а каждая строка охватывает один набор значений данных числового, факторного или символического типа); б) описательный анализ комплектов характеристик конкретных публикаций; в) формирование матричной сети для анализа коллективного цитирования, связывания и сотрудничества (входная информация сетевого, факторного, многомерного масштабного анализа); г) анализ текстов рукописей и их элементов (заголовков, аннотаций, ключевых слов и других); д) анализ отдельных слов и повторяющихся сочетаний слов.

Подготовительный этап включал определение цели и задач библиометрического анализа. В рамках методического этапа был составлен план работ, проведена работа с разными источниками опубликованной и фондовой информации, определены способы и организованы условия исследования. Реализующий этап включал работы по сбору материала и его обработке. Главным видом работ на заключительном этапе было формулирование выводов. В качестве источников исходной информации использованы опубликованные документы из базы индексируемых научных журналов Scopus (www.scopus.com) за период с 1975 по 2019 годы.

Количество публикаций по проблеме агротуризма увеличивается быстрыми темпами и представленные в них первооткрывателями идеи в видоизменённой форме начинают всё чаще повторяться новыми авторами. Кроме того, акцент на эмпирическом аспекте исследований привел к сильной фрагментации целевых исследовательских направлений [26]. Это сильно препятствует систематизации накопленных знаний и подбору актуальных доказательств в предыдущих аналогичных исследовательских работах. Обзоры литературы по разным вопросам развития агротуризма всё в большей мере составляются в виде трудоёмких и не всегда релевантных обобщений результатов исследований специалистов из разных областей научного знания и практической сферы. В таком виде они не могут быть использованы для создания эффективной и структурированной базы знаний, определения и развития приоритетных направлений исследований, прямого применения в практической деятельности, поддержания результативных профессиональных решений, понимания и объяснения имеющихся фактических данных [27].

Ученые используют разные качественные и количественные подходы к изучению специальной литературы для формирования исследовательских гипотез и предварительных заключений. В тоже время, инструментальная библиометрия обладает всем необходимым потенциалом для проведения системного, «прозрачного» и воспроизводимого процесса обзора, основанного на статистических измерениях показателей науки, ученых или научной деятельности [28–30]. В отличие от других методов, библиометрия гарантирует объективный и надежный анализ с релевантными результатами. В качестве количественного метода анализа литературы библиометрия широко апробирована и доказала высокую степень своей эффективности [31, 32]. Она незаменима для разбора траекторий развития опубликованной информации, появляющихся тенденций и формируемой структуры знаний в тематической исследовательской области [33, 34].

На основе инструмента «Bibliometrix R» выявлено, что 898 авторами за период 1975–2019 годы (доступный для анализа массив данных) было опубликовано 427 статей со средним показателем цитирований автора 2.1 на один документ. Ключевые информационные индикаторы согласно разным библиометрическим источникам представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Ключевые информационные индикаторы согласно разным библиометрическим источникам [сгенерировано «Bibliometrix R»]

Ключевые информационные индикаторы	Количественные показатели
Documents / документы	427
Sources / источники (journals, books, etc. / журналы, книги и др.)	244
Keywords plus (id) / ключевые слова	943
Author's keywords (de) / авторские ключевые слова	1090
Period / период	1975 – 2019
Average citations sources per documents / среднее цитирование источников на документы	7.459
Authors / авторы	898
Author appearances / выступление авторов	1070
Authors of single-authored documents / авторы единичных авторских документов	112
Authors of multi-authored documents / авторы мульти авторских документов	786
Single-authored documents / единичные авторские документы	127
Documents per author / документов на автора	0.476
Authors per document / авторов на документ	2.1
Co-authors per documents / соавторы на документы	2.51
Collaboration index / индекс сотрудничества	2.62

Индексированные показатели для авторов на статью рассчитываются как отношение общего количества статей к общему числу авторов. Общее число экспортированных источников по научному направлению «агротуризм» из базы данных Scopus составило 427, в том числе: 326 – статьи опубликованные; 5 – статьи в процессе публикации; 1 – книга; 40 – статьи, опубликованные в материалах конференций; 30 – главы монографий / книг; 17 – рецензии к научным работам. Наблюдается устойчивый ежегодный прирост количества тематических публикаций начиная с 2006 года. Наибольшее количество публикаций по проблеме агротуризма было издано в 2017 году и составило 59 наименований. В последние годы тематика, связанная с агротуризмом приобрела особую популярность среди ученых разных научных направлений. Средний годовой темп прироста количества тематических публикаций за весь

временной интервал составил 2.81 %. Динамику прироста хорошо демонстрирует рисунок 1.

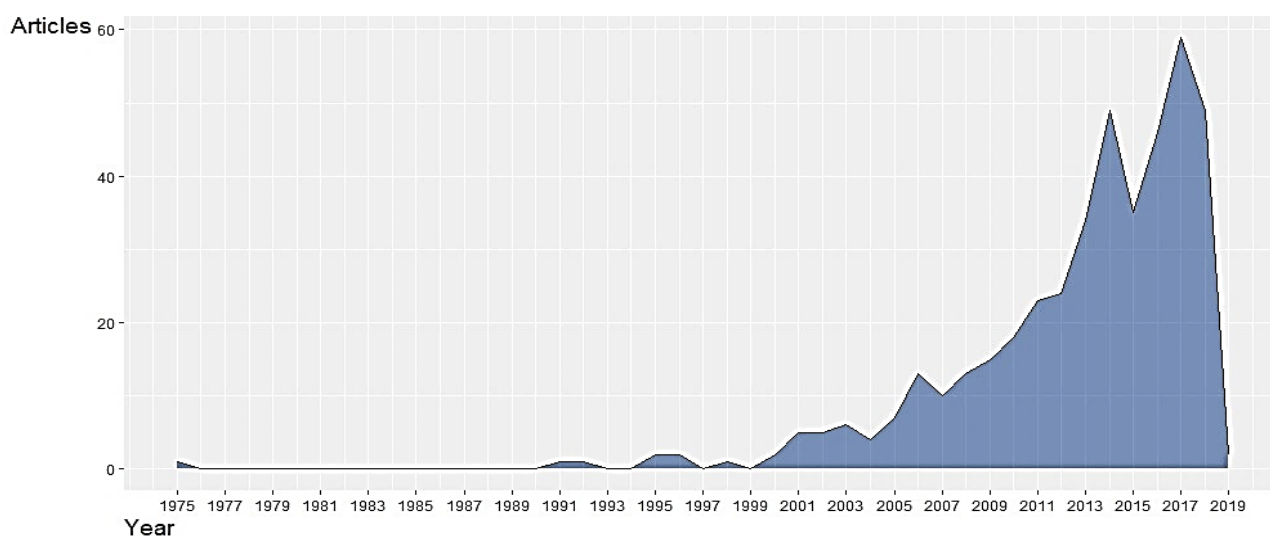


Рисунок 1 – Динамика публикаций по проблеме агротуризма
[сгенерировано «Bibliometrix R»]

В 244 журналах и материалах конференций были опубликованы исследования по проблеме агротуризма. Результаты изучения принадлежности статей конкретным журналам отражены в таблице 2.

Таблица 2 – Список наиболее востребованных журналов с публикациями по проблеме агротуризма [сгенерировано «Bibliometrix R»]

Рейтинговые показатели	Название журналов	Количество статей
1	Journal of Extension	12
2	Metropolitan Commuter Belt Tourism	12
3	Tourism Management	11
4	Journal of Sustainable Tourism	8
5	Current Issues in Tourism	7
6	International Multidisciplinary Scientific Geoconference Surveying Geology and Mining Ecology Management – SGEM	7
7	Journal of Travel Research	7
8	Sustainability	7
9	Acta Horticulture	6
10	Actual Problems of Economic	6
11	Tourism Economics	6
12	Annales Universitatis Mariae Curie-Sklodowska. Section B	5
13	Bulgarian Journal of Agricultural Science	5
14	European Countryside	5
15	International Journal of Tourism Research	5
Общее количество	244	165

Приведенные данные демонстрируют, что наибольшее количество работ по проблеме агротуризма было опубликовано в научных журналах «Journal of Extension» и «Metropolitan Commuter Belt Tourism» (по 12 статей в каждом), что однозначно свидетельствует о наиболее высокой степени концентрации данных журналов на данной проблеме. Вторую позицию по количеству опубликованных статей занимает журнал «Tourism Management» с общим количеством 11 работ. Третью позицию имеет журнал «Journal of Sustainable Tourism» с общим количеством опубликованных статей – 8.

Ключевые слова, приведенные в качестве структурного элемента публикации, отражают основное содержание опубликованного документа с точки зрения автора и редакционной коллегии научного издания [35]. Анализ совпадений ключевых слов выполняется на основе инструмента «Bibliometrix R» с помощью переменных «Ключевое слово авторов» (DE) и «Ключевое слово “плюс”» (ID). Таблица 3 отражает результаты статистического анализа устойчивых сочетаний ключевых слов, которые повторяются от трех и более раз. Таким путём было выявлено, какие ключевые слова встречаются наиболее часто в работах по проблеме агротуризма, и соответственно, какие вопросы привлекают наибольшее внимание исследователей в анализируемой научной области.

Таблица 3 – Наиболее популярные ключевые слова в публикациях по проблеме агротуризма [сгенерировано «Bibliometrix R»]

Рейтинговые показатели	Ключевые слова	Повторяемость слов	Ключевые слова «плюс»	Повторяемость слов
1	2	3	4	5
1	Agritourism / агротуризм	169	Tourism development / развитие туризма	39
2	Agrotourism / агротуризм	48	Rural area / сельская местность	35
3	Rural tourism / сельский туризм	44	Agriculture / сельское хозяйство	29
4	Tourism / туризм	23	Rural development / сельское развитие	27
5	Rural development / сельское развитие	21	Tourism / туризм	23
6	Farm tourism / фермерский туризм	17	Ecotourism / экотуризм	18
7	Rural areas / сельская местность	16	United states / США	18
8	Agriculture / сельское хозяйство	15	Rural economy / сельская экономика	17
9	Sustainability / устойчивость	14	Farm / ферма	15

Продолжение таблицы 3

1	2	3	4	5
10	Sustainable development / устойчивое развитие	14	Recreational activity / рекреационная деятельность	14
11	Greece / Греция	11	Sustainability / устойчивость	12
12	Ecotourism / экотуризм	9	Agricultural land / земли сельскохозяйственного назначения	11
13	Sustainable tourism / устойчивый туризм	8	Europe / Европа	11
14	Italy / Италия	7	Eurasia / Евразия	10
15	Local development / местное развитие	7	Farming system / система земледелия	10

Ключевые слова не сильно облегчают поиск релевантных публикаций разного вида в индексируемых базах данных, а также обозначают тенденции развития исследований по проблеме агротуризма. Результаты инструментального библиометрического анализа показывают, что помимо ключевых слов «туризм», «агротуризм», «сельский туризм» и «фермерский туризм», авторы в своих публикациях рассматривают понятия «экотуризм», «устойчивость», «сельские районы», «местное развитие». Кроме изучения сельских территорий, которые представляют собой очевидное географическое пространство для развития агротуризма, многие интересные исследовательские вопросы касаются устойчивого развития и местного развития. В целом можно сделать вывод, что ключевые слова в укрупненной выборке указывают на традиционные и достаточно устоявшиеся направления исследований в области агротуризма.

Для более наглядного, визуального представления информации о наиболее часто используемых ключевых словах и связанных с ними направлений исследований, для доступного массива научных публикаций был сделан инструментальный когерентный анализ совпадений ключевых слов. Результаты выполненного анализа были автоматически визуализированы и представлены на рисунке 2. На рисунке цвет, размер пунсонов и густота контактных линий указывают на особенности взаимосвязи между ключевыми словами. В частности, следует особо указать на тесную взаимосвязь между ключевыми словами «tourism development»/«развитие туризма», «rural area»/«сельская местность», «agriculture»/«сельское хозяйство», «farm»/«ферма», «recreational activity»/«рекреационная деятельность», «agricultural land»/«сельскохозяйственные земли», «ecotourism»/«экотуризм» и «agri(o)tourism»/«агротуризм». Все эти ключевые слова подчеркивают тесное взаимодействие в ходе исследований в следующих проблемных областях, связанных с проблемой агротуризма: развитие туризма, рекреационная деятельность, экотуризм, сельская местность, сельскохозяйственные угодья, сельское и фермерское хозяйство.

Топ-10 наиболее продуктивных авторов возглавляют Barbieri C. (15 статей), Galluzzo N. (6 статей) и Kline C. (5 статей). Самые высокие показатели цитируемости у Barbieri C. (h_index 7, g_index 14), Galluzzo N. (h_index 2, g_index 2) и Kline C. (h_index 2, g_index 4).

В таблице 5 показана информация о наиболее часто цитируемых первых авторах научных публикаций по проблеме агротуризма. Индикатор «общее цитирование» (ТС – Total citation) указывает количество рукописей на одну цитату. Он отражает количество цитирований каждой рукописи.

Таблица 5 – Наиболее цитируемые первые авторы публикаций по проблеме агротуризма [сгенерировано «Bibliometrix R»]

Рейтинговые показатели	Авторы	ТС
1	Barbieri C.	320
2	Sharpley R.	126
3	McGehee N.G.	117
4	Hunter C.	112
5	Blackstock K.	110
6	Kim K.	100
7	Che D.	94
8	Ilbery B.	90
9	Tew C.	78
10	Veeck G.	74
11	Fleischer A.	71
12	Phillip S.	69
13	Veeck A.	68
14	Hall C.M.	66
15	Rogerson C.M.	62

Инструментальный библиометрический анализ на основе «Bibliometrix R» выявил наиболее часто цитируемых первых авторов публикаций по проблеме агротуризма: Barbieri C. (ТС=320), Sharpley R. (ТС=126) и McGehee N.G. (ТС=117).

Следующая важная группа библиометрических индикаторов – показатели частоты опубликования в связи с сотрудничеством авторов из разных стран. В таблице 6 приведены страны, резиденты которых стали самыми публикуемыми корреспондирующими авторами работ по проблеме агротуризма. 898 авторов обратились к проблеме агротуризма и связанным с ней вопросам в своих исследованиях. Всего 112 публикаций авторов из одной страны (Single Country Publications) и 786 публикаций коллектива авторов из нескольких стран (Multiple Country Publications) были изданы в период 1975–2019 годы. 427 научных статей по проблеме агротуризма были подготовлены под руководством корреспондирующих авторов из нескольких ведущих стран. В целом авторы из 41 страны/территории внесли наибольший вклад в исследования агротуризма.

Однако авторы только из 8 стран/территорий подготовили более 10 статей,

из 7 стран/территорий – более 5 статей, из 11 стран/территорий – менее пять статей, из 15 стран – одну статью. США стала страной с самыми продуктивными корреспондирующими авторами (72 статьи), далее следуют Италия (31 статья), Польша (26 статей), Румыния (20 статей), Греция (14 статей).

Таблица 6 – Показатели частоты опубликования и сотрудничества корреспондирующих авторов статей по проблеме агротуризма согласно стране гражданства [сгенерировано «Bibliometrix R»]

Рейтинговые показатели	Страны	Количество статей	Частота опубликования	SCP ¹	MCP ²	MCP_Ratio
1	США	72	0.25175	63	9	0.1250
2	Италия	31	0.10839	29	2	0.0645
3	Польша	26	0.09091	25	1	0.0385
4	Румыния	20	0.06993	18	2	0.1000
5	Греция	14	0.04895	13	1	0.0714
6	Чехия	10	0.03497	10	0	0.0000
7	Франция	10	0.03497	8	2	0.2000
8	Великобритания	10	0.03497	8	2	0.2000
9	Австралия	9	0.03147	8	1	0.1111
10	Хорватия	8	0.02797	8	0	0.0000
11	Индонезия	6	0.02098	6	0	0.0000
12	Испания	6	0.02098	4	2	0.3333
13	Тайланд	6	0.02098	3	3	0.5000
14	Канада	5	0.01748	4	1	0.2000
15	Малайзия	5	0.01748	5	0	0.0000
Итого		898		112	786	
Примечания: 1 – SCP или публикации авторов из одной страной (Single Country Publications); 2 – MCP или публикации коллектива авторов из нескольких стран (Multiple Country Publications).						

Карта сотрудничества согласно стране гражданства корреспондирующего автора показана на рисунке 3. Австралия, США, Перу, Маврикий и Южная Корея являются странами-лидерами сотрудничества и характеризуются налаженной системой взаимосвязей с авторами из других стран. Достаточно хорошие взаимосвязи имеются между следующими странами: Италия, Индонезия, Польша, Греция, Испания, Великобритания, Китай.

В завершение инструментального библиометрического анализа публикаций по проблеме агротуризма на основе «Bibliometrix R» была построена модель, отражающая связи между ключевыми понятиями и концептами. Она может быть использована для расширенного форсайтнгого понимания тематической направленности существующих и новых агротуристских исследований (так называемого «исследовательского фронта») и идентификации наиболее важных, актуальных и перспективных аспектов проблемы. В этой связи анализ ключевых слов и терминов в названиях статей и аннотациях даёт общее представление связей между понятиями и концептами.

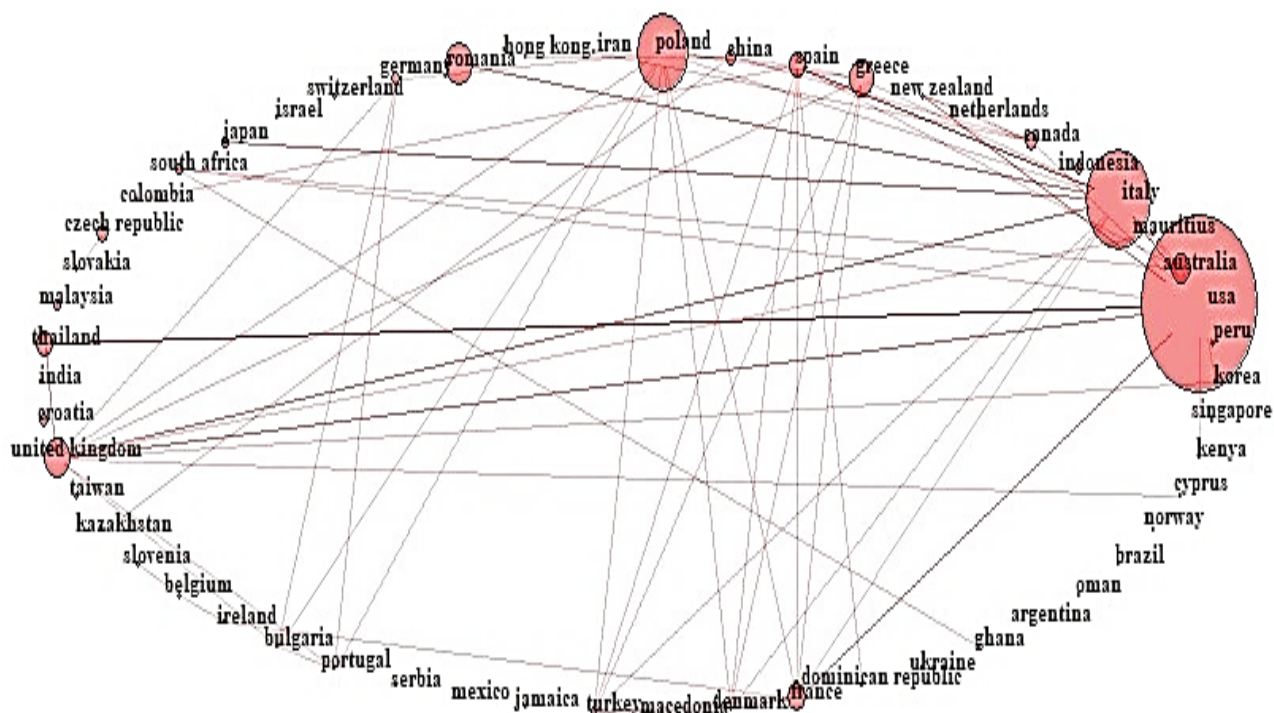


Рисунок 3 – Сотрудничество корреспондирующих авторов публикаций по проблеме агротуризма согласно гражданству (на английском языке) [сгенерировано «Bibliometrix R»]

Концептуальная модель строится методом сетевого анализа и/или анализа соответствия (СА) и/или множественного анализа соответствия (МСА). В нашем случае была создана концептуальная модель с помощью анализа соответствия (СА) в виде двухмерного графика. Она показана на рисунке 4, демонстрирующем двумерную концептуальную модель карты области исследования нечетких множеств. Для построения карты использована функция «conceptual structure». Анализ сходных ключевых слов выполнен в публикациях по соответствующему исследовательскому «поток» (направлению исследований), изданных за период с 1975 по 2019 годы. Чем чаще использованы конкретные дескрипторы (понятия и концепты) и чем сильнее они связаны друг с другом, тем ближе их местоположение на карте. Чем чаще встречается конкретный дескриптор, тем больше соответствующий ему размер пунсона на карте. Чем ближе на карте расположены дескрипторы, тем теснее связь между ними. Карта концептуальной модели взаимосвязей между ключевыми понятиями и концептами агротуристских исследований отражает наличие трёх кластеров. В первом кластере проявляется тесная связь между дескрипторами «ферма-общественный-ландшафт (farm-public-landscape)», во втором кластере между дескрипторами «изменения-климат-кофе/продукты питания (change-climate-coffee/food)», а в самом крупном кластере имеется тесная связь между дескрипторами «данные-кластер (data-cluster)», «территория (territory)», «система (system)».

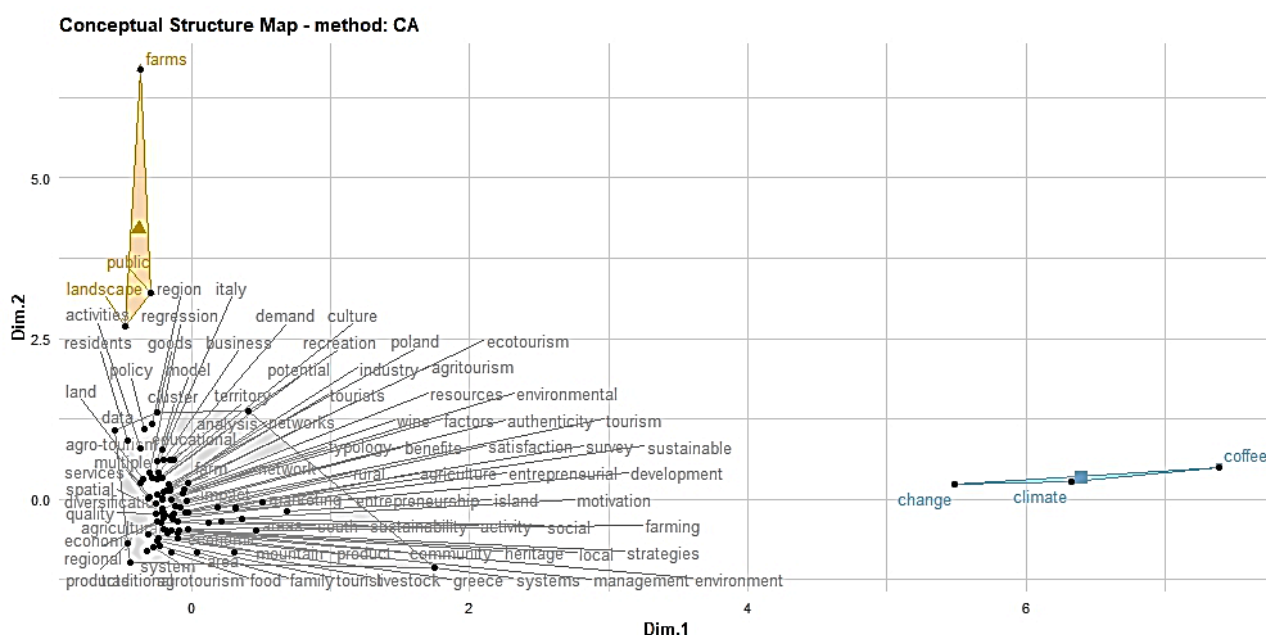


Рисунок 4 – Карта концептуальной модели взаимосвязей между ключевыми понятиями и концептами агротуристских исследований на английском языке [сгенерировано «Bibliometrix R»]

Выполненное библиометрическое исследование состояния научных изысканий в области агротуризма на основе инструмента «Bibliometrix R» по доступной базе данных Скопус за период 1975–2019 годы [37] позволило получить следующие результаты и сделать выводы:

для формирования теоретической базы исследования важную роль играют: а) авторские образы агротуризма, интересные для внедрения в отечественную практику; б) авторы с высокой публикационной активностью по проблеме развития агротуризма и связанных с ней аспектов; в) тематика и количественные показатели в области библиометрии и наукометрии агротуризма как компоненты методического обеспечения успешной агротуристской деятельности;

состояние исследований в области агротуризма характеризуется огромным объёмом накопленных экспериментальных данных самой разной тематической направленности, поскольку понятие «агротуризм» размывается очень быстрыми темпами; агротуризм охватывает чрезвычайно широкий спектр научных представлений и видов практической деятельности, которые имеют существенные различия; специалисты-практики и исследователи применяют термин «агротуризм» к разным практикам и в зарубежной научной среде отсутствует единое понимание понятия «агротуризм», что доказывает использование по отношению к нему большого количества терминов: «agritourism», «agrotourism», «farmtourism» и др.;

на основе инструмента «Bibliometrix R» выявлено, что 898 авторами за период 1975–2019 годы (доступный для анализа массив данных) было опубликовано 427 статей со средним показателем цитирований автора 2.1 на 1 документ;

общее число экспортированных источников по научному направлению «агротуризм» из базы данных Scopus составило 427, в том числе: 326 – статьи

опубликованные; 5 – статьи в процессе публикации; 1 – книга; 40 – статьи, опубликованные в материалах конференций; 30 – главы монографий/книг; 17 – рецензии к научным работам;

наблюдается устойчивый ежегодный прирост количества тематических публикаций начиная с 2006 года; наибольшее количество публикаций по проблеме агротуризма было издано в 2017 году и составило 59 наименований; средний годовой темп прироста количества тематических публикаций за весь временной интервал составил 2.81 %;

в 244 журналах и материалах конференций были опубликованы исследования по проблеме агротуризма, причем наибольшее количество работ по проблеме агротуризма было опубликовано в научных журналах «Journal of Extension» и «Metropolitan Commuter Belt Tourism» (по 12 статей в каждом), вторую позицию занимает журнал «Tourism Management» с общим количеством 11 работ, третью позицию имеет журнал «Journal of Sustainable Tourism» с общим количеством опубликованных статей – 8;

результаты инструментального библиометрического анализа показывают, что помимо ключевых слов «туризм», «агротуризм», «сельский туризм» и «фермерский туризм», авторы в своих публикациях рассматривают понятия «экотуризм», «устойчивость», «сельские районы», «местное развитие»; кроме изучения сельских территорий, которые представляют собой очевидное географическое пространство для развития агротуризма, многие интересные исследовательские вопросы касаются устойчивого развития и местного развития;

топ-10 наиболее продуктивных авторов возглавляют Barbieri C. (15 статей), Galluzzo N. (6 статей) и Kline C. (5 статей). Самый высокие показатели цитируемости у Barbieri C. (h_index 7, g_index 14), Galluzzo N. (h_index 2, g_index 2) и Kline C. (h_index 2, g_index 4);

инструментальный библиометрический анализ выявил наиболее часто цитируемых первых авторов публикаций по проблеме агротуризма: Barbieri C. (TC=320), Sharpley R. (TC=126) и McGehee N.G. (TC=117);

898 авторов обратились к проблеме агротуризма и связанным с ней вопросам в своих исследованиях; всего 112 публикаций авторов из одной страны (Single Country Publications) и 786 публикаций коллектива авторов из нескольких стран (Multiple Country Publications) были изданы в период 1975–2019 годы; 427 научных статей по проблеме агротуризма подготовлены под руководством корреспондирующих авторов из нескольких ведущих стран; в целом авторы из 41 страны/территории внесли наибольший вклад в исследования агротуризма;

карта концептуальной модели взаимосвязей между ключевыми понятиями и концептами агротуристских исследований отражает, что чем ближе расположены дескрипторы, тем теснее связь между ними; карта отражает наличие трёх кластеров: в первом кластере проявляется тесная связь между дескрипторами «ферма-общественный-ландшафт (farm-public-landscape)», во втором кластере между дескрипторами «изменения-климат-кофе/продукты питания (change-climate-coffee / food)», а в самом крупном кластере имеется тесная связь между дескрипторами «данные-кластер (data-cluster)», «территория (territory)», «система (system)».

1.2. Контент, соотношение и анализ основных понятий

В мировой литературе встречается очень много терминов, определяющих явление туризма на сельских территориях, у которых имеется разное понятийное содержание. Как показал анализ терминологии зарубежной литературы, она дает более близкое представление концепции систематизации многоязычных терминов, обоснованных ввиду продолжающихся до настоящего времени дискуссий [38]. С учетом существующих трактовок термина «агротуризм», рассмотрим наиболее часто встречающиеся определения в зарубежной и отечественной литературе.

Как показал библиометрический анализ в мировой литературе встречаются такие термины как «туризм на сельских территориях», «сельский туризм (rural tourism)», «агротуризм (agrotourism/agritourism)», «деревенский туризм» (village tourism), «фермерский туризм (farm tourism)». Рассмотрим основные подходы к определению сущности терминов «сельский туризм», «агротуризм», «деревенский туризм», «фермерский туризм».

В системе понятий о туризме более общим понятием является «туризм на сельской территории», который следует отличать от «сельского туризма». Известный российский туризмолог Александрова А. выделяет такие понятия как «туризм в сельской местности» (сельский туризм в широком смысле слова) и «сельский туризм» (сельский туризм в узком смысле слова). Согласно ее подходу, туризм в сельской местности или сельский туризм в широком смысле слова включает все виды туристской деятельности, осуществляемые в сельской местности. Основным критерием отнесения к этой категории является признак территориальной локализации. Причем к видам туризма в сельской местности, согласно данному подходу, можно отнести все виды туризма, связанные с сельской местностью: сельский туризм в узком смысле слова, экологический туризм, этнографический туризм, частично культурно-познавательный, медицинский и спортивный туризм. В то время как сельский туризм в узком смысле слова, по мнению Александровой А., представляет собой особый вид туризма, объединяющий формы организованного и неорганизованного отдыха туристов в сельской местности в целях приобщения к природе, знакомства с сельским образом жизни, с традициями ведения сельского хозяйства [39]. Ключевыми признаками, в этом случае, являются формы досуговых занятий отдыхающих (уход за сельскохозяйственными растениями и животными) и мотивация совершения путешествия (знакомство с сельской местностью, ее природой и культурой).

Проблемы идентификации, классификации и определения исследуемого понятия раскрыты в работах Мозгунова Н.А. [40], Трухачева А.В. [41], Волковой-Гончаровой Т.А. [42], Гварлиани Т.Е. [43] и др. По мнению Мозгунова Н.А. «туризм в сельской местности», прежде всего, определяется по локализирующему признаку, при этом он включает не только размещение в сельской местности, но и иные виды доступной в сельской местности рекреационной активности (рисунок 5).

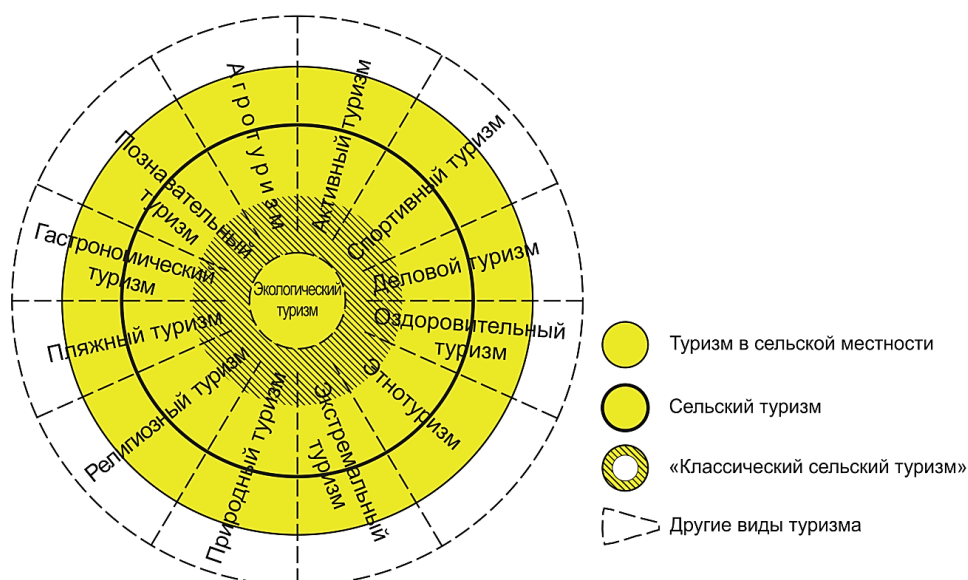


Рисунок 5 – Структура туризма в сельской местности [40]

Трухачев А.В. считает, что подобная неоднозначность трактовки понятия объясняется различиями в локализации объектов сельского туризма, а также аттракторов, формирующих уникальность туристско-рекреационного продукта (таблица 7).

Таблица 7 – Ресурсы-аттракторы сельского туризма, имеющие разный характер происхождения и локализацию [составлено автором]

Ресурс	Описание
1	2
Агро-спа и уединенные участки	Релаксация в окружении природы с использованием сельскохозяйственных элементов
Агроспортивные зоны	Зоны для активного отдыха, включая велосипедные трассы и поле для гольфа
Агротуристские гостевые дома	Гостевые дома, предоставляемые фермерами для проживания туристов
Агротуристские курсы и тренинги	Обучение техникам сельского хозяйства и ухода за животными
Агротуристские события и фестивали	Фермерские ярмарки, фестивали и мероприятия
Агротурпродукция	Продукция сельского хозяйства как фрукты, овощи и мед
Агроэкологические образовательные программы	Программы обучения о сельском хозяйстве и экологии
Аренда сельских домов	Возможность арендовать жилье в ауле для полного погружения в сельскую жизнь
Виноделие и винные туры	Туры по виноградникам и дегустации местных вин
Кулинарные мастер-классы	Обучение гостей традиционным сельским кулинарным навыкам
Сельская ремесленная продукция	Ручные изделия и продукция, созданная местными ремесленниками

Продолжение таблицы 7

1	2
Сельские спортивные мероприятия	Организация спортивных соревнований на открытом воздухе
Сельскохозяйственные музеи	Музеи, посвященные истории и традициям сельского хозяйства
Сельскохозяйственные угодья	Поля, сады и фермы для ознакомления с сельским хозяйством
Туры на лошадях и верблюдах	Экскурсии по сельской местности на разных видах транспорта
Фермерские дома и коттеджи	Размещение в домах местных фермеров для уникального опыта
Фермерские рынки	Рынки, где туристы могут купить свежие продукты от местных фермеров
Эко-тропы и пешие маршруты	Прогулки по природным маршрутам и тропам в сельской местности
Экскурсии по фермам и хозяйствам	Путеводительные туры по сельскохозяйственным объектам
Эногастрономические туры	Туры, включающие дегустации местных продуктов и блюд

Трухачев А.В. дает следующее определение сельского туризма: «временные выезды (путешествия) людей в сельскую местность, отличную от места постоянного жительства, на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки целью рекреации и познания различных аспектов сельского быта». Также автор выделяет три вида сельского туризма: туризм вне городской местности; туризм в аутентичной местности; фермерский туризм [41].

В работе Волковой-Гончаровой Т.А., Маркарян С.О. делается попытка обоснования самостоятельности каждого вида туризма. Указанные авторы отмечают, что аграрный характер туризма определяется, прежде всего, целью поездки, т.е. участием в сельскохозяйственном производстве, получением новых навыков, нагрузок, впечатлений. В свою очередь сельскохозяйственный туризм – это поездка в сельскую местность для занятий спортом, рыбалки, знакомства с культурно-историческими и природными памятниками. Таким образом, по мнению Волковой-Гончаровой Т.А., Маркарян С.О., сельская местность – это не цель, а место для организации разных видов туризма [42].

Гварлиани Т.Е. и Бородин А.Н. приводят свои определения сельского и аграрного туризма, разделяя понятия и показывая принципиальные различия между ними. Сельский туризм представлен у них группой функциональных видов деятельности, которые могут осуществляться в сельской местности, т.е., определяющим признаком выступает сельская местность. Под агротуризмом они понимают функциональный вид туристской деятельности, осуществляемый в сельской местности для отдыха и с другими целями, с обязательным участием в сельскохозяйственном производстве, т.е. главным фактором отнесения туристской деятельности к агротуризму признается участие в сельхозработах. Таким образом, сельский туризм признаётся более широким понятием, объединяющим разные виды туристской деятельности [43].

В зарубежных источниках «rural tourism (сельский туризм)» понимается в самом широком смысле и обозначает «весь туризм на селе», а включенное в него понятие «agritourism (агротуризм)» касается «туризма, связанного с сельским хозяйством». Понятие фермерского туризма означает «туристское пребывание в деревенских хозяйствах» [44].

Концепция сельского туризма не имеет общего определения. Lane B. (1994) [45] утверждает, что определить сельский туризм сложно, так как сами сельские районы прошли сложный процесс изменений и их трудно определить. Городские формы туризма, как тематические парки или дачные поселки, также расположены в сельской местности и, поэтому, сельский туризм является сложной многогранной деятельностью. Некоторые определения сельского туризма подчеркивают сельский характер туризма, т.е. контакт с природой, переживание культурного наследия и участие в сельской жизни [45, 46]. Самое узкое определение ограничивает сельский туризм туристским пребыванием на фермах, что означает, что термин сельский туризм и агротуризм часто используются взаимозаменяемо [47]. По функциональному, достаточно широкому определению, сельский туризм включает все туристские мероприятия в сельской местности на базе разных средств размещения (отели, гостевые дома, частные комнаты, палаточные лагеря, фермы), за исключением туризма в крупных городах, специализированных туристских курортах, курортах и вторичных резиденциях [48].

Изучением соотношения понятий занималась профессор Лодзинского университета в Польше Wojciechowska J. Согласно ее исследованиям, соотношение понятий можно отобразить следующим образом (рисунок 6).



Рисунок 6 – Соотношение понятий в связи с туризмом на сельских территориях по Wojciechowska J., 2009 [49]

Мы бы хотели использовать очень простое определение сельского туризма: «сельский туризм – это туризм в сельской местности». Данный подход обосновывают два аргумента:

разнообразие предложений о сельском туризме и его экономических возможностях должно быть отражено в определении, которое слишком узкое, если ограничить его агротуризмом;

нечеткость трактовки «сельской культуры», согласно которым агротуризм

рассматривается как сегмент сельского туризма и включает туристские поездки с посещением, преимущественно, сельскохозяйственных угодий.

Теперь постараемся рассмотреть сущность трактовки понятия «агротуризм» в отечественной и зарубежной литературе.

Агротуризм относится к одному из высокоперспективных и активно развивающихся видов туризма в мире, что подтверждают многочисленные предложения агротуристских продуктов разных стран и хорошо сформировавшиеся дестинации агротуристской специализации. Несмотря на то, что данный вид туризма в качестве самостоятельного стал выделяться с 1970-х годов, для него, как и для всей современной науки о туризме, характерно отсутствие единой концептуальной основы, слабая разработанность понятийно-терминологического аппарата и методологии организации и исследования агротуристской деятельности. Даже поверхностный анализ специализированной агротуристской литературы выявляет много принципиальных разночтений при сравнении дефиниций, предлагаемых разными авторами. На сегодняшний день не существует общепринятого конкретного определения понятия «агротуризм».

Найти оптимальное определение не просто, т.к. агротуризм, представляя собой многофункциональное и развивающееся направление в индустрии туризма, имеет множество определений и классифицируется по-разному в зависимости от принятой модели. Он не всегда одинаково воспринимается в разных странах. Его формы многочисленны, динамичны и ограничивать его одним единственно верным определением крайне сложно.

К примеру, Международная ассоциация экономического развития/International Association for Economic Development (МАЭР/IAED) дает следующую интерпретацию понятия: «агротуризм – это сектор туристской отрасли, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта» [50]. Обязательное условие по мнению МАЭР – чтобы средства размещения туристов (как правило, индивидуальные, специализированные) находились в сельской местности (или малых городах без промышленной и многоэтажной застройки).

Анализ научной зарубежной и отечественной литературы демонстрирует, что имеют место разные подходы к определению понятия «агротуризм», следовательно, существует необходимость в его уточнении.

Согласно «Ассоциации по содействию развитию агротуризма» (АгроТуризмАссоциация, РФ): «агротуризм – это вид деятельности организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты, приобретению знаний и навыков» [51].

Власенко О.В. определяет агротуризм как вид сельских подсобных производств, который включает широкий спектр агротуристских услуг: наблюдение и уход за домашними животными и растениями; катание на лошади; питание с

использованием сельскохозяйственной продукции местного производства и промыслов; приобретение сувенирной продукции и др. [52].

Как полагают Кусков А.С. и Джаладян Ю.А., «к агротуризму следует относить поездки отдельных туристов и организованных групп с целью отдыха в естественных или специально оборудованных сельских поселениях и комплексах, приобщения к сельскому образу жизни, познания местных традиций, обычаев, системы ведения хозяйства и природопользования» [53].

Дугина Е.Л. и Аханаева В.Ц. отмечают: «агротуризм называют сельским туризмом – отдых туристов в сельской местности и проживание в условиях, максимально приближенных к деревенским, предполагающий участие в сельскохозяйственных работах, знакомство с крестьянским бытом, питание натуральными продуктами, который может сочетаться с различными видами активного и пассивного отдыха» [54].

Особого внимания заслуживает определение агротуризма, предложенное Н.С. Лащенко. Согласно автору: «агротуризм – это сектор туристской отрасли, ориентированный на использование природных, социокультурных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта» [55].

В зарубежных научных изданиях «агротуризм» трактуется как «Agritourism», «Agrotourism» или «Farm Tourism» и одно из первых определение «агротуризму» дано в работах Sharpley R. и Sharpley J. Они рассматривают его как «комплекс туристских продуктов, которые непосредственно связаны с аграрной средой, аграрной продукцией или аграрным пребыванием» [3]. Lakovidou O. понимает агротуризм как «туристскую деятельность, осуществляемую вне городских территорий лицами, основная занятость которых, – частный или вторичный сектор экономики» [56].

Wall G. трактует агротуризм следующим образом: «обеспечение туристских возможностей на рабочих (действующих) фермах» [57]. Такое толкование поверхностное и не подчеркивает характерные черты агротуризма – участие агротуристов в сельскохозяйственном производстве и не выводит агротуризм за рамки семейного отдыха.

Sonnino R. трактует агротуризм как «деятельность гостеприимства, совершаемую сельскохозяйственными предпринимателями и членами их семей, которые должны оставаться связанными и дополнять сельскохозяйственную деятельность» [58]. Такое толкование корректное, поскольку подчеркивает характерные черты агротуризма – участие агротуристов в сельскохозяйственном производстве, учитывает услуги гостеприимства и проживания в сельской местности.

Недостаточно конкретики в определении агротуризма McGehee N.G., Kim K., Jennings G.R. по мнению которых: «агротуризм – это сельские предприятия, которые включают как рабочую фермерскую среду, так и компонент коммерческого туризма» [60]. Barbieri C. и Mshenga P.M. подчеркивают, что: «агротуризм – это любая практика, разработанная на действующей ферме с целью привлечения посетителей» [61].

Понятие агротуризма, которое дает Marques H., более полно раскрывает

его специфику: «особый тип сельского туризма, в котором хостинг-дом должен быть интегрирован в сельскохозяйственное поместье, в котором проживает собственник, позволяя посетителям принимать участие в сельскохозяйственных или дополнительных мероприятиях по собственности» [59].

Отличительной особенностью определений дефиниции «агротуризм», данных авторами европейских стран, является то, что во главу ставится экономическая составляющая туризма, направленная на развитие агробизнеса, малых форм предпринимательства, приносящая доходы местным фермерам. В странах ЕС агротуризм трактуется, в первую очередь, как отрасль сельского хозяйства, а не вид туризма. Под агротуризмом понимают предоставление туристских услуг собственниками хозяйств.

Авторы постсоветского пространства склонны акцентировать определения на том, что агротуризм, – это, прежде всего, туристско-рекреационная деятельность, направленная на восстановление сил и здоровья людей за счет использования ресурсов сельских территорий. Материальная выгода фермеров, отнесена к косвенному результату от организации агротуризма. Сравнительный анализ дефиниции показал, что ученые постсоветского пространства «агротуризм» понимают, как сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и её особенностей для создания комплексного туристского продукта. То есть, трактуют его в качестве природоориентированного вида туризма.

В казахстанской научной литературе теорию агротуризма начали изучать сравнительно недавно. В работах казахстанских туризмологов (Ердавлетов С.Р., 2010; Темирбулатова М.А., 2014) дается определение агротуризма и описан ряд исследований по вопросам организации агротуризма в сельских регионах Казахстана. Удачное определение агротуризму дал Ердавлетов С.Р., который учел в совокупности природоориентированность этого вида туризма и особенности как формы организации малого бизнеса. В статье он пишет следующее в отношении вопроса понятия «агротуризм» и его функций: «Агротуризм – это совокупность отношений и явлений, возникающих во время путешествия и пребывания людей в функционирующем сельскохозяйственном предприятии, организованные 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» [62].

Содержательный анализ публикаций, в которых рассматриваются проблемы дефиниции «агротуризм», приводит к выводу о том, что его сущность определяют следующие свойства: это вид деятельности, организуемый в сельской местности; он опирается на особую аттракцию – природные ресурсы сельских территорий; субъект организации и управления развитием агротуризма может находиться вне дестинации [63].

Агротуризм – одно из перспективных и активно развивающихся направлений в мире, о чем свидетельствуют многочисленные туры и дестинации аграрной направленности. Несмотря на то, что данный вид туризма, как самостоятельное направление стал выделяться во второй половине XX века, для него,

как и всей науки о туризме, свойственна не разработанность терминологии, отсутствие единой концепции и понятийно-терминологического аппарата, принятых на глобальном уровне. Даже поверхностный анализ специализированной туристской литературы обнаруживает много принципиальных разночтений при сравнении дефиниций, предлагаемых разными авторами. Понимание любого явления требует базового осмысления его основных характеристик. Всестороннее изучение литературы показало присутствие многочисленных определений термина «агротуризм», основанных на разных принципах. Такие термины как «агротуризм», «сельскохозяйственный туризм» и «сельский туризм» часто используют взаимозаменяемо как синонимы [61, 64, 57]. Результатом стала сложная и запутанная картина, особенно, когда авторы не уточняют, почему они использовали данный термин, а не другой. В целях ясности и согласованности представлений о термине «агротуризм» необходимо учитывать его типологию. Повторим аргумент о том, что понятие «агротуризм» не синоним термина «сельский туризм», а скорее подмножество последнего как более широкой концепции [65, 66].

1.3 Типология агротуризма, особенности и роль в территориальном развитии

Типология агротуризма вносит значительный вклад в его развитие, обеспечивая эффективную структуру для дифференциации продуктов агротуризма [13]. Это позволяет авторам обоснованно позиционировать работу и обеспечивает согласованную отправную точку для дальнейшего изучения, чтобы улучшить понимание агротуризма как концепции и сферы практической деятельности. Существует множество типологий агротуризма. В 2009 году Sharon Phillip предложил типологию дефиниций агротуризма, которая стала базовой и применяется многими исследователями.

Sharon Phillip выделяет несколько типов ферм. Согласно его типологии, рабочая (действующая) ферма – это, возможно, наиболее часто упоминаемое требование, связанное с агротуризмом. В существующих определениях агротуризма можно предположить, что термин «рабочая ферма» используется для обозначения фермы, где в настоящее время практикуется сельское хозяйство [67, 56, 68, 58]. «Сельское хозяйство» можно определить как деятельность по выращиванию животных и производству сельскохозяйственных культур для потребления и продажи в качестве продуктов питания и других товаров [69].

Данное определение полезно, поскольку оно помогает установить границу между видами деятельности, которые традиционно представлены на фермах, но не являются сельскохозяйственными (например, верховая езда, пищевая продукция и др.) по сравнению с теми, которые являются сельскохозяйственными (например, выращивание сельхозпродукции, сбор урожая сельскохозяйственных культур и др.). В нем рассматривается ключевой аспект, лежащий в основе обширных дискуссий: рабочая ферма (действующая) – это место, где практикуется сельскохозяйственная деятельность, что признает сельское хозяйство как физическую, а не финансовую деятельность.

Следующий аспект – это участие в сельскохозяйственной деятельности.

Характер контакта туристов с сельским хозяйством часто обсуждается в литературе по агротуризму. Турист, присутствуя на рабочей ферме, явно или неявно вступает в разные формы контакта с сельским хозяйством с точки зрения среды. Однако уровень контакта туристов с сельскохозяйственной деятельностью в сценарии рабочей фермы может значительно различаться. Согласно Sharon Phillip, Colin Hunter, Kirsty Blackstock (2010) туристский контакт с сельскохозяйственной деятельностью можно разделить на три типа: прямой, косвенный, пассивный [13]. Прямой контакт с сельскохозяйственной деятельностью указывает на то, что сельскохозяйственная деятельность является ощутимой особенностью в туристском опыте (например, дойка коровы, сбор урожая). Косвенный контакт указывает на вторичное подключение к сельскохозяйственной деятельности в рамках туристского опыта, возможно, путем контакта с сельскохозяйственной продукцией (например, лабиринт на поле, переработка пищевых продуктов, продажа или потребление во время еды). Пассивный контакт с сельскохозяйственной деятельностью указывает на то, что туризм и сельское хозяйство эксплуатируются независимо друг от друга, и только место нахождения фермы связывает их в общем пространстве (например, на открытом воздухе). При определении терминов становится понятнее характер контакта туризма и сельскохозяйственной деятельности и роль сельскохозяйственной деятельности в туристском опыте [13].

Определение подлинности в контексте туристского опыта, чаще всего, связаны с MacCannell, 1973 [70]. Согласно континууму MacCannell, существуют разные способы аутентификации, от воспроизводимых настроек, которые кажутся аутентичными (например, модельная ферма), к организованным посещениям, которые позволяют туристам заглянуть за кулисы (например, туры на ферму). Туристы могут воспринимать сельскохозяйственную деятельность, проводимую фермером для туризма, как подлинное ведение сельского хозяйства.

Рассматривая деятельность и продукты систематически в соответствии с тремя типами, можно идентифицировать и определить пять дискретных подтипов. На рисунке 7 показана типология определения агротуризма, основанная на трех обсуждаемых типах и пяти подтипах. По нашему мнению, ассортимент продуктов и определений агротуризма можно классифицировать в соответствии с типологией.

Для многих авторов работающая (действующая) ферма является ключевой определяющей характеристикой агротуризма, как дополнительный доход для фермерских хозяйств [67, 56, 68, 58]. Многие определения, основанные на представлениях о «неработающей ферме» (NWF) в агротуризме можно было бы отнести к сельскому туризму, что отражает связь между ними. В большинстве случаев использование NWF реализуется через сельскохозяйственное наследие или изображения (например, размещение в переоборудованном фермерском доме) или где сельскохозяйственные практики, прошлые или используемый сейчас, являются частью туристского продукта. Например, демонстрации изготовления масла, стрижки шерсти овец и др. Другие примеры использования NWF в агротуризме включают посещение фермерского наследия, участие в ме-

роприятиях на основе преобразованных ферм (например, верховая езда) и могут включать рынки фермеров и доступ к сельскохозяйственным угодыям (например, прогулки, когда работающая ферма не является центральной для туристской деятельности). Во всех случаях связь с сельским хозяйством или сельскохозяйственным наследием каким-то образом отличается от местоположения работающей фермы.



Рисунок 7 – Типология агротуризма согласно модели Sharon Phillip [13]

В агротуризме на основе пассивного контакта с работающей фермой (WFPC) обеспечивается контекст для туризма, но отношения между туризмом и сельским хозяйством поверхностные. Деятельность, которая представляет данный тип агротуризма (например, проживание и завтрак на ферме, мероприятия на свежем воздухе), ранее была определена как особенно часто встречающийся тип агротуризма на рынке [64]. Характер деятельности и продуктов в агротуризме с WFPC позволяет фермерам использовать имеющиеся ресурсы в качестве средства дополнения их доходов и дискретной деятельности, не мешая сельскому хозяйству. С точки зрения литературы, можно утверждать, что это наиболее часто изучаемый тип, поскольку несколько определений предусматривают, что агротуризм должен основываться на работающей ферме, но не

предусматривает каких-либо требований к контакту с сельским хозяйством [61, 71, 48, 72, 57]. Можно предположить, что авторы, рассматривающие агротуризм с точки зрения диверсификации фермерских хозяйств, в отличие от развития туризма, сосредоточены на агротуризме с WFPC, поскольку он является одним из наиболее логичных вариантов, доступных фермерам [73, 74, 72]. Примеры агротуризма с WFPC включают множество продуктов, основанных на сельскохозяйственных ресурсах, как открытое пространство (например, центры активности) и ранее забытые хозяйственные постройки (например, коттеджи для отдыха).

Работающая ферма с косвенным контактом (WFIC) ориентирована на интеграцию туристского продукта в сельское хозяйство. Характер контакта «косвенный», в том смысле, что сельскохозяйственные товары, в отличие от сельскохозяйственных видов деятельности, относятся к продукту туризма. Ряд авторов подразумевает косвенную связь между сельскохозяйственным и туристским компонентами в их определении агротуризма. Например, Sonnino R. [58] предполагает, что агротуризм должен оставаться «связанным и дополняющим» с сельским хозяйством, а Gladstone J. и Morris A [67] указывают, что он должен «тесно переплетаться» с сельским хозяйством. Хотя авторы не исключают прямого взаимодействия с фермой, их внимание сосредоточено на компонентах гостеприимства и размещения, что подтверждает идею о важности сектора, в котором диверсифицированные фермы поставляют местные продукты питания на туристский рынок. Это может произойти за счет потребления сельскохозяйственной продукции в блюдах, подаваемых туристам в жилых помещениях или в кафе, или путем продажи туристам в сельскохозяйственных магазинах. Переработка сельскохозяйственной продукции на месте – один из ключевых примеров агротуризма с WFIC (например, посещение винодельческой или маслообрабатывающей демонстрации, лабиринт на полях сельскохозяйственных культур, когда фермеры выращивают технические культуры как кукуруза, рис, подсолнечник и др.) для создания сезонной туристской привлекательности [75].

Агротуризм на работающей ферме с прямым контактом (WFDCS) соответствует промежуточным этапам континуума аутентификации MacCannell's, 1973 [70], когда туристы принимают участие в сельскохозяйственной деятельности, целенаправленно адаптированной для них. Используется два ключевых способа сельскохозяйственной деятельности для туризма: путем воспроизведения (например, на модельной ферме) или организации (например, фермерского тура). В данном случае большое беспокойство вызывают проблемы, связанные со здоровьем, безопасностью и ответственностью в агротуризме. Во многих случаях агротуристы находятся в непосредственном контакте с сельским хозяйством и сложно преодолеть опасные явления, невидимые для подлинной работающей фермы. Согласно исследованиям, турпродукты и виды деятельности, которые можно классифицировать как агротуризм с WFDCS, встречаются реже, чем другие виды агротуризма. Di Domenico и Millar обсуждают разные способы, с помощью которых сельское хозяйство может быть организовано для туризма, например, простые временные вариации, позволяющие управлять сельскохозяйственными и туристскими компонентами с

координированными интервалами (например, время кормления и посещения) [76]. Другие примеры агротуризма с WFDCS включают демонстрации в сельском хозяйстве (например, дойка коров, выставка собак-пастухов для овец, отгон скота) и прямой физический контакт с сельскохозяйственными животными (например, кормление или взаимодействие с ласковыми животными).

В фермерском хозяйстве с непосредственным аутентичным контактом (WFDCA) агротуристы принимают участие в физической сельскохозяйственной деятельности, например, собирая урожай, часть которого можно забрать с собой, или участвуют в сельскохозяйственных работах. Это агротуризм, который выходит за рамки «стандартных» туристских условий в сферу участия в сельскохозяйственных работах [70]. Продукты и виды деятельности, которые могут быть классифицированы как агротуризм в WFDCA привлекают меньшее внимание, чем другие типы. Один из примеров, когда туристы напрямую участвуют в подлинной сельскохозяйственной деятельности, – это «WWOOFing», обозначающий мировой ресурс для получения возможности желающим трудиться на органических фермах. В этом случае туристы вносят вклад в экономику фермы как рабочая сила в обмен на жилье и часто пищу [77]. Можно утверждать, что органическое сельское хозяйство дает значительные возможности для сельского хозяйства и WFDCA из-за трудоемкого характера применяемых методов производства. Культуры, которые должны быть собраны вручную, такие как ягоды, виноград или оливки, также представляют подходящую возможность [59]. Хотя возможности принимать участие в агротуризме на базе WFDCA ограничены, они представляют важную нишу, которая не должна быть исключена и должна быть отделена от устоявшихся разновидностей агротуризма.

Не смотря на достаточное четкое обоснование данная модель часто подвергается критике. Согласно Sharon Flanigan типология Sharon Phillip разработана с позиции участников агротуризма – туристов, и не включала сами фермерские хозяйства [9]. Sharon Flanigan предложила исследовать агротуризм с позиции понимания тех, кто непосредственно вовлечен в него, т.е. поставщиков услуг агротуризма (включая фермеров, фермерские семьи и несельскохозяйственных поставщиков) и посетителей (включая местных и других) (рисунок 8).

Существует множество классификаций и типологий туристской деятельности, разработанных и предложенных разными авторами (Бабкин А.В., Биржаков М.Б., Квартальнов В., Александрова А.Ю., Ердавлетов С.Р. и др.). В работах российских туризмологов Мироненко Н.С. и Твердохлебова И.Т. (1981) классификация видов туризма основана на туристско-рекреационной деятельности [78]. Используя предложенную авторами методику классификации, нами предпринята попытка систематизации туристско-рекреационной деятельности на сельских территориях (таблица 8) [79].

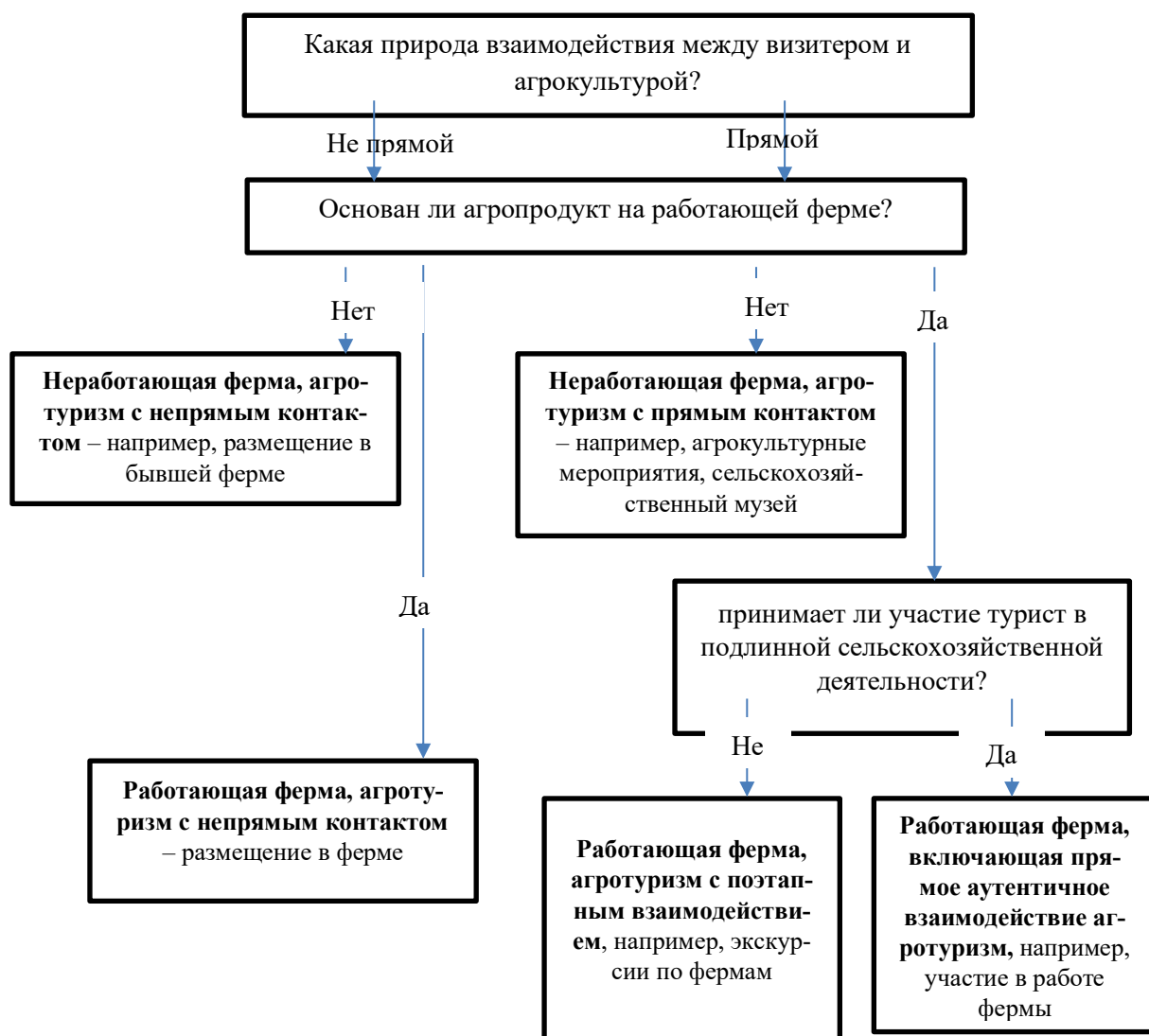


Рисунок 8 – Типология поставщиков агротуристских услуг и посетителей [9]

Так по главному мотиву туристско-рекреационная деятельность может иметь направленность: лечебную (например фитотерапия, эппотерапия, апите- рация, пантотерапия, спелеотерпия, энотуризм, кумысолечение, шубатолечение и принятие сельских бань); спортивно-оздоровительную (езда на верблюдах, лошадях и др.), познавательную (приобретение трудовых навыков, знакомство с традициями и обычаями, фольклором, национальной кухней разных народно- стей, посещение сельских ярмарок и выставок народного промысла и творче- ства и др.). По правовому статусу туристско-рекреационная деятельность мо- жет быть национальной (в пределах страны) и международной. По продолжи- тельности она может быть кратковременной (от 2 до 7 дней) и длительной (7- 14 дней). По территориальному признаку туристско-рекреационная деятель- ность может быть пригородной (дачной) и в сельских населенных пунктах. По сезонности она может быть круглогодичной (в первую очередь в странах с бла- гоприятными климатическими условиями), сезонной: летней, зимней.

Таблица 8 – Классификация туристско-рекреационной деятельности на сельских территориях [составлено автором]

Критерии	Виды
По главному мотиву	лечебная; оздоровительно-спортивная; познавательная
По правовому статусу	национальная (внутренняя); международная (иностранная);
По продолжительности	кратковременная; длительная
По территориальному признаку	пригородная (дачная); в сельских населенных пунктах
По сезонности	круглогодичная; сезонная: летняя, зимняя
По характеру организации	регламентированная (плановая); самодеятельная: организованная, неорганизованная
По возрастному признаку	детская; взрослая; смешанная
По числу участников	индивидуальная; групповая
По направлениям развития	на базе крестьянских хозяйств; на базе личных подсобных хозяйств; на базе сельскохозяйственных предприятий
По видам	чистая (одного вида); смешанная
По направленности турпотока	внутренняя, выездная, въездная
По средствам размещения	гостиничного типа (сельские гостиницы, базы отдыха, исторические здания и др.); не гостиничного типа (сельские дома, фермы, кемпинги)
По характеру отдыха	активная; пассивная
По способу передвижения	стационарная; маршрутная
По форме контакта туристов с сельскохозяйственной деятельностью	прямая; косвенная; пассивная

По характеру организации туристско-рекреационная деятельность может быть регламентированной (плановой), самодеятельной: организованной и неорганизованной. По возрастному признаку она может быть детской, взрослой и смешанной. По числу участников она может быть индивидуальной и групповой. По направлениям развития может быть на базе: крестьянских хозяйств, личных подсобных хозяйств, сельскохозяйственных предприятий. По видам туристско-рекреационная деятельность может быть чистой и смешанной. По типу она может быть внутренней, выездной, въездной. По используемым средствам размещения туристско-рекреационная деятельность может быть гостиничного типа (сельские гостиницы, базы отдыха, исторические здания и др.) и не гостиничного типа (сельские дома, фермы, кемпинги, юрты и др.). По характеру отдыха она может быть активной и пассивной. По способу передвижения может быть стационарной (недвижимой) и маршрутной (специально разработанные туры).

Учитывая мировой опыт систематизации представлений об агротуризме, классификацию туристско-рекреационной деятельности на сельских территориях можно дополнить еще одной формой проявления – по форме контакта туристов с сельскохозяйственным производством. Целесообразно выделять три

типа контактов: прямой, косвенный и пассивный контакты. Рассмотрим данный подход более подробно.

Прямой контакт агротуриста с сельскохозяйственной деятельностью указывает на то, что она является главной особенностью в туристском опыте. Туристы принимают активное участие в сельских работах (например, дойка коровы, сбор урожая и др.). При этом виде контакта турист полностью погружается в сельский быт и участвует в производстве продукции.

Косвенный контакт туриста указывает на вторичное участие в сельскохозяйственной работе в рамках туристского опыта, возможно, путем контакта с сельскохозяйственной продукцией (например, переработка пищевых продуктов, продажа или потребление во время еды). Данный вид контактов, предполагает размещение в личных подворьях (личных подсобных хозяйствах), где турист «окунается» не только в сельскую жизнь, а также косвенно участвует в сельскохозяйственных работах (например, проживание в сельском доме, на пасеке (апитерапия), ночёвка на сеновале; катание на лошадях (ипотерапия), верблуде, разные сельхозработы (демонстрация стрижки овец, дойки и др.).

Пассивный контакт с сельскохозяйственной деятельностью предполагает, что туризм и сельское хозяйство эксплуатируются независимо друг от друга. При данной форме турист имеет контакт с искусственно созданными постройками, имитирующими быт и хозяйство. Ключевой момент в этом случае: «модельная» ферма или организация создает специализированный агротур, либо программу участия в сельскохозяйственной деятельности для агротуристов.

Описанные классификационные подходы и типологии агротуризма, в первую очередь, мотивированы отсутствием единого понимания агротуризма в научной литературе. Рассматривая их, была предпринята попытка систематизации имеющейся информации, это позволяет сформировать более единообразную основу для эмпирических исследований [79].

1.4 Глобальные практики агротуризма и их особенности

Казахстан с его сложившимся агропромышленным комплексом и формирующейся фермерской организацией ведения сельскохозяйственного производства имеет огромные возможности для развития сельского (аграрного) туризма, функционирования и реализации агротуристского продукта. В этой связи становится интересен опыт организации развития сельского туризма в зарубежных странах. Изучение зарубежного опыта развития агротуризма становится актуальным как с точки зрения определения возможных направлений развития, так и с точки зрения поиска новых форм организации туризма, способных решать задачи локального экономического развития.

Современный агротуризм – стремительно развивающийся сегмент туристской индустрии. Агротуристские продукты и услуги предлагают более 100 стран. По данным Международной туристской академии (МТА), в Европе зарегистрировано более 2 тысяч операторов агротуризма, которые предлагают свыше 2 миллионов спальных мест. Журнал «Forbes» выбрал девять стран, где агротуризм может доставить максимум удовольствия, – Италия, Хорватия, Украина, Чехия, Армения, Польша, Кипр, США. Лидером агротуризма

признана Италия, которая получает от этой отрасли экономики ежегодную прибыль в размере 350 миллионов USD [80]. Процессы урбанизации и глобализации последней четверти прошлого века сделали агротуризм актуальным экономическим и социально-культурным явлением сначала для стран Европы и Америки, Азии.

В то время как агротуризм имеет долгую историю в восточном полушарии, особенно в таких странах, как Англия, где примерно 15 % ферм имеют туристскую составляющую, и Германия, где по оценкам, предлагается около 20 000 фермерских праздников, это относительно новая концепция для западного полушария [81]. Агротуризм часто практикуется в винодельческих регионах, таких как Ирландия, Германия, Франция и Дания. С 1991 года страны ЕС потратили два миллиарда USD на субсидирование развития агротуризма в сельских районах [82]. Ряд европейских стран (Австрия, Дания, Англия, Франция, Германия, Ирландия и Норвегия) проводят государственную политику поощрения агротуризма. Большинство этих стран имеют классификацию агротуристских операций и систему рейтингов для них, и эти страны получают помощь от центральных и местных органов власти [83].

В Америке агротуризм широко распространен и включает гостевые услуги любой фермы, открытой для публики по крайней мере часть года. Туристы могут собирать фрукты и овощи, кататься на лошадях, пробовать мед, узнавать о приготовлении вин в сочетании с дегустацией, делать покупки в сувенирных магазинах и на фермерских стендах местных и региональных продуктов или приобретать подарки ручной работы и др. [84]. Карибский агротуризм находится на начальной стадии развития. Некоторые Карибские страны приняли эту концепцию, в то время как другие отодвинули агротуризм на второй план. Такие страны, как Сент-Люсия, Доминика и Барбадос приветствовали идею установления прочных связей между сельскохозяйственным и туристским секторами [85]. Сеть отелей в Сент-Люсии и Ямайке привлекла фермеров для выращивания товаров специально для них. Это пример сельскохозяйственной связи в Карибском бассейне, когда сельскохозяйственный производитель косвенно снабжает туриста. На островах Теркс и Кайкос существует операция по разведению раковин, куда туристов поощряют приезжать и узнавать о жизненном цикле раковин, что является примером прямой связи. Выращивание раковин одна из главных достопримечательностей острова, который находится в 48,3 км от Багамских островов.

Появление агротуризма связано с кризисом европейской модели сельского хозяйства. В начале 1970 года благополучные европейские страны столкнулись с неприятным явлением, когда сельский житель оказался лишним, а продукты его труда – никому не нужными, начался «массовый отток населения из села в город» [86]. В качестве выхода из кризисной ситуации в европейских государствах был предложен ряд мер, которые позволяли переориентировать сельского жителя на иные виды деятельности, дающие возможность для роста сельскохозяйственной экономики. Одной из таких мер стало развитие агротуризма. Результаты этой политики превзошли ожидания: сократилась безработица, эффективно стала развиваться инфраструктура, возросли доходы

сельского населения. Указывая на кризис европейской модели сельского хозяйства как на причину обращения к агротуризму, В. Басков и А. Камянчук подчеркивают, что «агротуризм стал рассматриваться в качестве социального амортизатора при реструктуризации аграрного сектора экономики» [87].

В 1999 году Европейская Комиссия подготовила отчет «На пути к качественному туризму в сельскую местность», в котором говорится, что сельское хозяйство: должно быть в центре внимания, поскольку в пространственных терминах на него приходится 80 % территории Европейского сообщества; не является отраслью, выполняющей исключительно производственную функцию, но выполняет разные функции, связанные с защитой окружающей среды, развитием территории и туризма, использованием ландшафтных и незагрязненных природных ресурсов и др.; одна из отраслей, которые в свете изменения международных сценариев (реформа единой сельскохозяйственной политики Европейского союза, вступление в сообщество стран Восточной Европы, новые торговые соглашения в рамках ЮНВТО) испытывают сильный шок, поэтому нуждаются в большей мере в структурной адаптации; не может быть единственным рычагом, при помощи которого сокращается разрыв между наиболее отсталыми сельскими районами и новыми отраслями экономики; диверсификация производства связывается с развитием таких отраслей, как агротуризм, сельский туризм, переработка сельскохозяйственной продукции в хозяйствах [88].

В социально-философской, экономической и социологической литературе встречаются разные оценки содержания основных мировых и европейских моделей агротуризма. Аналитики подчеркивают следующее: агротуристский продукт, предлагаемый в формате моделей, является адресным, комплексным и гибким; модели ориентированы на перевод сельского населения из сектора аграрного производства в сектор услуг; помимо экономического аспекта, они несут важную идеологическую нагрузку – сохранение национальных традиций, этнокультурного наследия и историко-культурной среды обитания.

Существует опыт обобщения моделей развития агротуризма в мировом масштабе. В.Ю. Воскресенский выделяет три мировые модели развития агротуризма: «Первая модель характерна для развитых стран, где в связи с кризисом сельскохозяйственного перепроизводства агротуризм стал выполнять функцию перевода рабочей силы из агропромышленного комплекса в сферу услуг. Вторая модель характерна для стран, где международный туризм является одной из важнейших отраслей специализации, и чтобы успешно развиваться, туристическая деятельность должна совершенствоваться и диверсифицироваться. Третья модель агротуризма свойственна тропическим странам, когда развитие агротуризма идет по пути создания сельскохозяйственных парков, пропагандирующих местные ремесла, промыслы, сельский образ жизни» [89].

А.А. Баканова, анализируя развитие агротуризма в зарубежных странах, указывает на существование четырех основных моделей агротуризма, условно называя их западно-европейской, восточно-европейской, англо-американской и азиатской (таблица 9) [90].

Специалисты выделяют несколько этапов или «волн» в развитии европейского агротуризма. Первый этап или «волну» можно охарактеризовать как классические, в рамках которых возникли универсальные модели агротуризма (британская, германская, итальянская, французская). Второй этап или «волна» характеризуют возникновение и развитие агротуризма в Болгарии, Венгрии, Греции, Польше, Румынии и других европейских странах, а варианты агротуризма могут рассматриваться как «альтернативные», производные от «классических» моделей, со своей экономической, историко-культурной и этнической спецификой.

Таблица 9 – Агротуристские модели и практикующие их страны [90]

Агротуристские модели	Страны
Англоамериканская	Великобритания, США, Канада
Западноевропейская	Франция, Италия, Испания, Германия, Дания, Финляндия, Австрия
Восточноевропейская	Болгария, Польша, Чехия, Литва, Греция
Азиатская	Китай, Япония, Шри-Ланка, Малайзия

Существуют попытки объединить «классические» и «альтернативные» модели агротуризма, чтобы создать некий синтез. В частности, существуют варианты развития фермерских хозяйств в регионе «Ниса», в который входят приграничные районы Чехии, Польши и ФРГ, в регионе «Татры», расположенном на территории Польши и Словакии. Развитие сельского туризма в данном случае рассматривается как важная составляющая европейской интеграции.

Эволюция европейского агротуризма привела к возникновению эталонных моделей агротуризма, к числу которых относятся британская, французская, немецкая и итальянская модели. Имеются серьезные различия в содержании указанных моделей, вместе с тем общая идеология европейского агротуризма остается неизменной. Как подчеркивает Н.В. Лащенко, реализуется ряд значительно различающихся моделей агротуризма, преследующих разные цели и решающих разные задачи. Они были выработаны в соответствии с конкретными условиями территорий и регионов и практикуются в странах разных групп. При этом социокультурный аспект как идейная основа направления присутствует во всех моделях [91]. Рассмотрим общие характеристики и особенности каждой модели агротуризма.

Англоамериканская модель возникла в англоязычных странах в послевоенный период, когда национальная экономика пребывала в тяжелом состоянии и требовала немедленных мер по выходу из кризиса. В этот период началось активное строительство автодорог и активизировался автотуризм. Автотуристы в англоязычных странах стали основными потребителями услуг агротуризма. Этот факт обусловил следующие характерные черты данной модели: ориентированность на внутренний туризм; предоставление основного

набора услуг, поскольку дополнительные услуги, как правило, не востребованы; пренебрежение национальной спецификой (за исключением Англии, где национальная специфика выражена ярко).

Западноевропейская модель возникла в 1970-е годы во Франции и Италии на фоне кризиса сельского хозяйства, связанного с потерей конкурентоспособности агропродукции на международном рынке. В данном случае агротуризм стал мерой, принятой Евросоюзом для предотвращения деградации и депопуляции аграрного сектора. Факторами успешности развития и функционирования западноевропейской модели являются: системная государственная поддержка агротуристских хозяйств; нормативно-правовое и рекламно-информационное обеспечение продвижения совокупного национального и региональных агротуристских продуктов; создание ассоциаций субъектов агротуризма, поддерживающих порталы с базами данных по всему агротуристическому сектору; финансовая поддержка – система льготного кредитования или дотирования агротуристических хозяйств; достаточно высокий уровень комфортности и хорошее состояние жилого фонда (как правило, это частные дома с автономной системой обеспечения) [92].

Восточноевропейская модель распространена в странах Восточной Европы – Болгарии, Польше, Чехии, а также в Греции и на Кипре. Формирование модели происходило в условиях слабо развитого жилищно-коммунального фонда сельского сектора, поэтому требовала разработки программ по реконструкции деревень, соответственно, эта модель, в отличие от западноевропейской, является более затратной [93]. Г. Лахов, П. Стойчева, И. Георгиев и другие выделяют следующие проблемы в развитии агротуризма в Европе: для ФРГ, Англии, Португалии, Испании – укрупнение, обновление и модернизация агротуристских предприятий; для Румынии – юридические проблемы; для Болгарии – финансовые трудности и кадровое обеспечение; для Словении – информационное сопровождение развития туризма в конкретных условиях; для Польши – создание и функционирование агротуристских фермерских хозяйств в природоохранных зонах национальных парков; для Хорватии – улучшение коммунальной инфраструктуры и строительство местных дорог. Самыми распространенными способами решения проблем стали собственное участие предпринимателей в оказании туристских услуг и их продвижении на рынок [91].

Азиатская модель оформилась и стала развиваться примерно в 1990-х годах. Она является полной противоположностью англо-американской модели, поскольку предполагает национальный колорит, большое количество дополнительных услуг и размещение агротуристов в специально построенных «VIP-деревнях» или дорогих национальных гостиницах, расположенных в сельской местности. Азиатская модель развития агротуризма может практиковаться только в тех странах, где выработана высокая культура гостеприимства, туриндустрия находится на высоком уровне развития и наблюдается стабильный приток иностранных туристов из года в год [92].

Cai J. и Yang Z. анализируют китайский вариант азиатской модели агротуризма. Это туризм пригородной зоны или «городского сельского

хозяйства», формами организации которого являются высокотехнологичные сельскохозяйственные и агропромышленные парки. С 2000 года в пригородной зоне Пекина было создано 155 домов отдыха агроэкологического значения, предоставляющих медицинские и рекреационные услуги. Специфика модели определяется формулой «деревня в городе», детерминирована особенностями экономики современного Китая и имеет хорошие перспективы развития [91].

В отличие от стран Европы и Северной Америки, где более распространены поездки с одной и более ночевками и размещение в домах фермеров, в большинстве регионов Японии (за исключением Хоккайдо и северной части Хонсю) преобладают однодневные поездки, а дальний внутренний агротуризм слабо развит. Потребителями агротуристских услуг являются, в основном, жители префектуры или близ расположенных префектур. В Японии объекты агротуризма почти не посещают иностранные туристы. Это отличие от других азиатских стран (за исключением Китая, где ситуация подобна Японии), где такого рода услуги преимущественно ориентированы на иностранных туристов. В отличие от других стран, агротуристский продукт Японии изменчив по сезонам и месяцам года, что стимулирует поездки в одно и то же место в разное время года. На локальном уровне в регионе Кансай было выявлено разнообразие объектов агротуризма. В том числе: 1) агросады («pick-yourown» farms), где туристы собирают ягоды, фрукты и орехи; 2) объекты, расположенные на рисовых и овощных полях, где местное население (обычно горожане) арендуют землю и выращивают сами или с помощью местных фермеров для опыта и удовольствия экологически чистые рис или овощи; 3) места прямой продажи местным населением (чаще всего, фермерами) собственной сельскохозяйственной продукции, где туристы имеют возможность насладиться и приобрести местную сельскохозяйственную продукцию; 4) объекты на сельскохозяйственных полях, где местное население, школьники или студенты получают от фермеров знания и опыт экологически ответственной сельскохозяйственной деятельности; 5) агропарки с разнообразными, имеющими отношение к сельскому хозяйству и культуре сельских поселений развлечениями; 6) фермерские гостевые дома, где семьями фермеров предлагаются «настоящие» агротуристские услуги как проживание, питание, развлечение, занятие сельским хозяйством; 7) второе жилище горожан в сельской местности, где они занимаются садоводством и цветоводством. В Японии, как и других развитых странах, посредством агротуризма региональные и местные органы власти поддерживают развитие сельских территорий, фермеров и их экологически ответственную сельскохозяйственную деятельность. Основанием для поддержки проектов в сфере агротуризма являются не политические мотивы, а результаты научных исследований о наличии на территории потенциала для организации агротуризма и благоприятных условий для его использования [94].

Шри-Ланка богата регионами сельскохозяйственного использования. Ее климатические условия в значительной степени благоприятствуют выращиванию чая, фруктов и специй, производству одежды, и это лишь несколько примеров сельскохозяйственного портфеля страны. Мелкие фермы имеют базовые активы, знания и оборудование, необходимые для удовлетворения потребно-

стей посетителей, что значительно снижает входные барьеры для агротуризма [95]. В сочетании с общим гостеприимством населения страны и огромным количеством сельских районов, богатых культурной деятельностью и традиционными обычаями, это делает Шри-Ланку одной из наиболее подходящих стран для развития агротуризма [96].

Агротуризм в Малайзии зародился в 1991 году как один из видов деятельности по диверсификации туризма, направленной на улучшение платежного баланса страны. Он был включен в шестой план развития Малайзии на 1991–1995 годы, в рамках которого разработан национальный план развития туризма, направленный на увеличение количества туристов, приезжающих в страну. Этот план был успешно реализован, и Малайзия вошла в десятку стран с наибольшим количеством международных туристов с 2006 года. Вначале большинство дестинаций агротуризма представляли собой места по интродукции растений и животных, и об этом знали только местные туристы, для которых организовывались тимбилдинг и развлекательные мероприятия. При поддержке правительства для маркетинга и продвижения туристских пакетов было разработано и внедрено множество видов мероприятий для привлечения посетителей, которые включают проживание на ферме, использование сельскохозяйственных животных, рыбалку и др. Агротуристская деятельность осуществляется частным сектором, а также местными сообществами. Поскольку многие виды агротуристской деятельности связаны с сельскими районами, участие местных общин важно для обеспечения успеха и получения прибыли. Одной из таких программ является программа проживания в семье, которая имеет успешность по увеличению доходов фермеров/рыбаков и знакомит посетителей с местной культурой. Хотя туризм стал успешным источником иностранной валюты в стране, процент вклада агротуризма низок по сравнению с другими секторами туризма. Государственный сектор оказывает поддержку агротуристским стартапам. Это видно по созданию исследовательских и учебных центров для целей агротуризма по данным Mazlan и Juraïmi, 2014. Например, Малайзийская организация сельскохозяйственных исследований и разработок (MARDI) при Министерстве сельского хозяйства и агропромышленности создала исследовательские центры почти во всех штатах [97].

1.5 Подходы и методы исследования агротуризма

Научно-обоснованная концепция развития агротуризма опирается на систему теоретических и методических исследовательских основ и программу практической деятельности, ориентированные на создание условий для формирования сектора агротуризма как высоко эффективной, с малыми затратами и конкурентоспособной отрасли местной экономики, характеризующейся финансовой эффективностью, социально-культурной значимостью и эколого-природоохранной важностью для местных сельских сообществ (рисунок 9).

Основой для систематизации и обсуждения специальной информации о теоретико-методологических основах исследований в сфере развития агротуризма выступил анализ философских категорий «научная теория» и «научная методология» в приложении к решению проблемы организации и проведения

исследований. Изыскания проведены в рамках системного подхода, предполагающего использование комплекса общенаучных и специальных методов. В качестве источников информации выступили текстовые, графические, статистические и картографические материалы из библиотечных баз в Интернет.



Рисунок 9 – Позиция детерминант развития агротуризма в системе «научно-обоснованная концепция – устойчивое развитие» [составлено автором]

Особо отметим следующие источники данных: Организация Объединенных Наций (<http://www.un.org/ru/>); Комиссия ООН по устойчивому развитию (<http://www.gdrc.org/>); ЮНВТО (<http://www2.unwto.org/>); Глобальный совет по устойчивому туризму (<http://www.gstcouncil.org/>); Астанинский экономический форум (<http://astanaforum.org/2014/>); онлайн базы данных: «EBSCO Databases» (<http://web.b.ebscohost.com>), «The Scientific Electronic Library Online» (<http://www.scielo.br>), «ScienceDirect» (<http://www.sciencedirect.com/>), «Scopus» (<http://www.scopus.com/>), «SpringerLink» (<http://link.springer.com/>), «Taylor & Francis Group» (<http://www.tandfonline.com/>), «John Wiley & Sons» (<http://eu.wiley.com/WileyCDA/>), «Cambridge University Press» (<http://journals.cambridge.org>), «Oxford University Press» (<http://services.oxfordjournals.org>), «Web of Science, Thomson Reuters» (<http://thomsonreuters.com/en.html>).

В современных условиях социально-культурные, экономические, эколого-природоохранные и другие проблемы развития агротуризма Казахстана требуют комплексного подхода к их решению. Изменения условий хозяйствования в результате управленческого и институционального реформирования, довольно сильно повлияли на занятость и доходы местного населения. Заработная плата работников в сельскохозяйственном производстве характеризуется скромным коэффициентом прироста по сравнению с работниками предприятий других отраслей экономики. Тревогу вызывают уровни бедности и безработицы, другие отрицательные тенденции (например, во многих сельских регионах ухудшается

демографическая ситуация (отток населения в городские населенные пункты), не устойчиво функционируют в виду нехватки кадров учреждения социальной инфраструктуры и др.). В тоже время сбалансированное развитие сельских территорий – базис воспроизводства трудовых ресурсов, индивидуального и малого предпринимательства и продовольственной безопасности страны. Поэтому в постановлении Правительства Республики Казахстан от 28.03.2023 г. № 262 «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы» в каждом из принципов и подходов развития туристской отрасли упоминаются сельские территории: 1) создание и развитие инфраструктуры туризма и логистики; 2) создание благоприятного климата, повышение качества сервиса и развитие цифровизации; 3) продвижение туристского потенциала на региональном и международном уровнях, развитие MICE туризма на территории Республики Казахстан [98]. В связи с реализацией концепции актуализировалась проблема теоретико-методологических основ исследований в сфере развития агротуризма с последующей разработкой программы и плана мероприятий практической деятельности.

На глобальном уровне общая концепция (теоретико-методологические основы) развития агротуризма, как и терминологическое единство, пока отсутствуют, хотя определены общие подходы. Существует несколько взглядов на проблему, имеющие разные цели и ориентированные на специфические задачи, поскольку они выработаны для условий конкретных стран. Международный (главным образом, европейских государств) опыт показывает, что развитие агротуризма как формы малого бизнеса – важная социально-экономическая программа по переводу части сельского населения из сферы сельскохозяйственного производства в сферу услуг.

Главный ориентир – дать толчок развитию сельских территорий и повышению качества жизни населения на основе развития агротуризма как альтернативного сектора местной экономики. Помимо экономических, такая политика преследует социальные и социально-культурные цели: обратить деградацию сельских районов, предупредить снижение численности населения и рост негативных социальных явлений, сохранить и в некоторой степени воссоздать культурное наследие и национальную самобытность. В Европе важным фактором является то, что жилищный фонд в сельской местности в целом имеет высокий уровень комфортности, поэтому концепция агротуризма основывается, прежде всего, на использовании домашних хозяйств в роли средств размещения и ресурсов базовых услуг для туристов. Господствующий в Европе подход ориентирован на развитие малого семейного хозяйства рекреационно-туристской направленности в сельской местности. В качестве основных работ он предполагает: 1) присутствие условно свободного жилого фонда в сельской местности; 2) достаточный уровень комфортности и хорошее состояние жилого фонда (преимущественно, частных домов с автономной системой обеспечения); 3) системную государственную поддержку домашних хозяйств сектора агротуризма; 4) организационную помощь в создании специальных структур, занимающихся организацией сектора агротуризма и созданием рынка предложений в виртуальной форме; 5) создание ассоциаций субъектов агротуризма, поддержжи-

вающих порталы с базами данных по местному сектору агротуризма на уровне регионов страны; 6) нормативно-правовое и рекламное продвижение национального и региональных продуктов агротуризма; 7) создание и поддержку системы льготного кредитования, дотирования и других финансовых инструментов развития агротуризма.

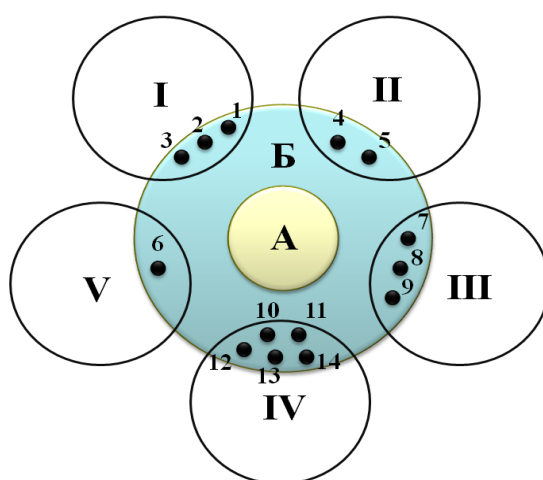
К сожалению, описанная в общих чертах модель мало подходит для условий современного Казахстана, поскольку спектр неизвестных детерминант значительно шире и для их выявления требуется проведение специальных научных исследований в сфере агротуризма. Этим объясняется важность формирования для них специальных теоретико-методологических основ. Если основной целью является – определить обеспечение развития агротуризма на основе специфики сектора экономики и характеристик территории, то для этого необходимо выявить и осознать проблемы, требующие научных исследований и поисковых работ.

Достижение цели может осуществляться путем поиска ответов на следующие главные вопросы: 1) как оценивать, планировать и формировать для сельских территорий оптимальную пространственную организацию рекреации и туризма с учетом природно-экологического каркаса, систем расселения, основных инженерных и транспортных коммуникаций и др.; 2) как оценивать, планировать и управлять комфортностью среды жизнедеятельности жителей и туристов в сельской местности; 3) как оценивать ресурсы и планировать территориальную организацию на основе ядер опережающего развития, участков повышенной туристской активности и полюсов роста туризма для создания привлекательного инвестиционного облика сельской территории и повышения потенциала туризма; 4) как оценивать и планировать пространственную организацию рекреации и туризма на сельской территории с позиции экономической эффективности, технологической конкурентоспособности и экологической безопасности; 5) как оценивать, учитывать, планировать и обеспечивать сохранение природного и историко-культурного наследия, а также соблюдать требования рационального природопользования.

В качестве главных принципов организации и проведения научных исследований в сфере агротуризма выступают следующие: ориентация на факторы и механизмы устойчивого развития, под которым понимается учет пределов роста, заданных внутренними характеристиками сельской территории и внешними по отношению к ней факторами; дифференцированность и логическая последовательность этапов исследований и работ в сфере развития агротуризма; экологическая безопасность природопользования, понимаемая как комплекс требований и рекомендаций для оптимизации механизмов сохранения и восстановления окружающей среды (природной и социально-культурной) с целью долгосрочного получения дохода от агротуристской деятельности; эффективное использование, охрана и реконструкция природной среды на ключевых сельских территориях; экономическая эффективность деятельности, определяемая закономерностями функционирования рыночных механизмов; социальное партнерство между органами власти, субъектами бизнеса, местными сообществами, широким кругом заинтересованных неправительственных организаций;

оптимальность пространственной организации на основе комплексного использования природных, трудовых и материально-технических ресурсов и условий, комбинирования и кооперирования предприятий, объединения инженерных сооружений, строительных баз и научно-технического обслуживания; рациональная организация производства и предоставления турпродуктов с учетом специализации домохозяйств; целесообразная функциональная организация и функциональное зонирование территории для развития агротуризма; соответствие разрабатываемых и реализуемых мер специфике и особенностям, присущим как агротуризму, так и конкретной территории.

Круг исследовательских вопросов в сфере агротуризма решается специалистами примерно 20 специальностей, непосредственно выполняющими исследования (рисунок 10). Косвенное участие принимают другие специалисты.



Обозначения: структура теоретико-методических основ: А – общая теория (зона формирования собственных теоретических основ и методов); Б – специальные разделы (зона накопления и трансформации подходов, методов, данных смежных наук и дисциплин); системы наук и дисциплин: I – географических; II – градостроительных; III – медицинских; IV – экономических; V – общеметодологическая база; некоторые важнейшие взаимосвязанные науки и дисциплины: 1 – экономическая география; 2 – физическая география; 3 – картография, геоинформатика, ГИС; 4 – архитектурная градостроительная наука; 5 – инженерные градостроительные дисциплины; 6 – гигиеническая наука; 7 – отраслевые экономические науки; 8 – экономика размещения производительных сил (наука о регионах, наука о региональных исследованиях, региональная наука); 9 – демография; 10 – философия, эстетика и дизайн; 11 – прогностика; 12 – науковедение; 13 – общая теория систем; 14 – программирование и компьютерное моделирование.

Рисунок 10 – Формирование теоретико-методических основ и междисциплинарных связей исследований в сфере агротуризма
[составлено автором]

Участие многочисленных наук и дисциплин, представители которых вносят вклад в проведение научных исследований в сфере агротуризма, неравноценно. Происходит состязание методов и традиционных подходов разных наук, нередко временный захват некоторыми из них чужих участков, что искажает направленность работ и существенно задерживает развитие теории и методологии. Представленная схема показывает некоторые междисциплинарные связи и взаимодействия. Однако и в таком неполном виде она достаточно наглядно ил-

люстрирует многочисленность точек соприкосновения планировки с другими науками и важность широкого и осознанного учета междисциплинарных связей. На рисунке 11 приведены методы, играющие важную роль для научных исследований в сфере агротуризма.



Рисунок 11 – Наиболее важные методы исследований агротуризма
[составлено автором]

В научных исследованиях в сфере агротуризма получают развитие специальные разделы, в которых дифференцируются собственные подходы и методы, отличающиеся от подходов и методов «материнских» наук и дисциплин. Для исследования проблем оценки, использования и преобразования природных условий и ресурсов необходимы специально подготовленные физико-географы, геологи, специалисты по системам озеленения и др.

Выполненные работы [99] позволили сделать следующие выводы о содержании теоретико-методических основ научных исследований в сфере агротуризма: 1) господствующий в Европе подход мало подходит для условий современного Казахстана, поскольку спектр неизвестных факторов развития агротуризма значительно шире и для их выявления требуется проведение специальных научных исследований; 2) достижение основной цели исследований может осуществляться путем поиска ответов на пять главных вопросов; 3) в качестве главных при организации и проведении научных исследований в сфере агротуризма могут быть определены 10 принципов; 4) структура теоретико-методических основ сформирована двумя разделами (общая теория, специальные разделы), которые охватывают пять главных систем наук и дисциплин; 5) для проведения научных исследований в сфере агротуризма важны 18 основных методов.

2 СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПОТЕНЦИАЛ И ДЕТЕРМИНАНТЫ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В АЛМАТИНСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 Современное состояние агротуризма

В качестве модельного региона была отобрана Алматинская область, расположенная на юго-востоке Казахстана. В современных границах она образована 03.05.2022 года (Указ Президента РК «О некоторых вопросах административно-территориального устройства Республики Казахстан» от 03.05.2022 года № 887), имеет площадь 105 263 км² (3,86 % от общей площади страны) и включает 11 административно-территориальных единиц: 9 сельских районов, 2 территории, подчиненные администрациям городов Конаев и Алатау, а также Алматинскую агломерацию, крупнейшую в стране. На 01.01.2023 года общее количество сельских округов составляло 133, сел и аулов – 380. Административный центр – город Конаев, основан в 1970 году и расположен на побережье водохранилища Капшагай (река Иле). На 01.01.2024 года общая численность населения с учетом Алматы – 3 759,50 тысяч человек или 21,2 % от общего населения Казахстана (почти 1/5). Городское население – 2 476,0 тысяч человек или 65,9 % от общей численности жителей, а сельское – 1 283,5 тысяч человек или 34,1 % от общей численности жителей. Население города Алматы – 2 228,5 тысяч человек. Плотность населения в среднем в сельской местности – 14,3 человека на 1 км², для Алматы – 3 165,3 человек на 1 км². Валовой региональный продукт за 2022 год – 23 422 202,00 млн тенге или 22,6 % от общего показателя Казахстана (почти 1/5) [100].

По статистическим данным на начало 2021 года в Алматинской области действовало 131 сельскохозяйственных кооперативов с численностью работников 1547 человек. В состав сельскохозяйственных кооперативов входят 91 юридических лиц, 414 фермерских хозяйств и индивидуальных предпринимателей и 1030 домашних хозяйств [100]. Точной информации о количестве фермерских хозяйств, занимающихся агротуризмом, не имеется. В статье Ердавлетова С.Р. «Перспективы развития и пространственной организации агротуризма в Алматинской области Республики Казахстан» при ранжировании по степени обеспеченности объектами территории Алматинской области, включая современную область Жетису, упоминается 355 объектов [101]. К ним отнесены средства размещения для туристов (гостевые дома, базы отдыха и др.), специализированные сельскохозяйственные предприятия, музеи и этнопарки. Для многих фермерских хозяйств сельскохозяйственная деятельность является доминирующей, а агротуризм – дополнительный источник доходов, поэтому выявить точное количество агротуристских хозяйств сложно. В последние 2–3 года «Управление туризма Алматинской области» проводит семинары-тренинги по агротуризму для местных фермеров.

Для выявления реальной ситуации на рынке агротуризма Алматинской области, а также определения возможностей и барьеров для его развития было реализовано интервьюирование. Оно проводилось среди хозяев фермерских и крестьянских хозяйств, которые занимаются не только сельскохозяйственным производством, но и предоставлением услуг в сфере агротуризма. Интервью

проведены в период с августа по декабрь 2019 года. Первичные данные были получены с помощью полуструктурированных вопросов. Интервью выступило в качестве оптимального метода сбора данных по следующим причинам (Приложение А): 1) оно позволило собрать необходимые данные о текущей ситуации на рынке агротуризма, что важно в случае стратегического планирования, когда нет фактических статистических данных, которые необходимы для анализа и будущих прогнозов; 2) оно дало возможность понять реальный менталитет сельских предпринимателей и более точно выявить их проблемы.

Всего было проведено 25 интервью с поставщиками разных услуг агротуризма, действующих в сельской местности. 25 респондентов были включены в выборку в соответствии с подходом, рекомендованным Creswell J. Автор указал, что достаточно от 5 до 25 респондентов для интервью в рамках феноменологического анализа [102]. Феноменологический анализ – это метод, направленный на понимание смысла и значений, которые люди придают своему опыту. Для него достаточно малое количество интервью, поскольку он ориентирован на глубокое понимание общих тем и значений, а не на количественную статистическую значимость. Качество и глубина данных важнее их объема.

Интервью включило три раздела. Первая часть посвящена вопросам для определения агротуристского опыта работы фермерских и крестьянских хозяйств, имеющихся у них удобств, предоставляемых или возможных типов услуг, типов гостей и их особенностей. Вторая часть рассматривает проблемы, касающиеся деятельности фермерских и крестьянских хозяйств. Третья часть делает акцент на реакциях респондентов, при выявлении текущего состояния и проблем фермерских и крестьянских хозяйств. Интервьюирование проведено с поставщиками агротуристских услуг, работающих в сельской местности Алма-тинской области согласно административным районам: Енбекшиказахский, Жамбылский, Кегенский, Карасайский, Райымбекский, Талгарский, Уйгурский и Илийский. С сельскими предпринимателями, предоставляющими услуги в сфере агротуризма, интервьюирование выполнено индивидуально.

Беседы фиксировались в форме аудиозаписей и текстовых пометок. Часть интервью проведена с использованием телефонной связи по причине большой территориальной удаленности. Интервью длились от 30 минут до двух часов. Вопросы для интервью были разработаны таким образом, чтобы понять текущую ситуацию в сфере агротуризма и определить причины, по которым сельские предприниматели могут начать или уже ведут бизнес, связанный с агротуризмом. В частности, респондентам было предложено рассказать о личном опыте и, какие они хотели бы внести изменения в будущем или сделать что-либо иначе. На основе исследовательского материала, собранного во время интервью, в MS Excel была подготовлена база данных, которая затем использовалась для описания статистических данных, в частности, в форме процентного распределения ответов, а также анализа содержания свободных высказываний в открытых вопросах. Для более глубокого понимания обсуждаемых проблемных вопросов было решено привести отдельные примеры высказываний респондентов в диссертации.

2.1.1 Характеристика респондентов

В целом женщины составляли 28 %, а мужчины – 72 %. Большинство руководителей обследованных объектов размещения были в возрастной группе от 46 до 60 лет (56 %). Следующей по величине группой были люди в возрасте от 31 до 45 лет (44 %). Респонденты имели высшее образование – 84 %, среднее-техническое образование – 16 %.

До начала туристской деятельности 88 % респондентов выполняли работу по другой профессии, в том числе: юрист, менеджер, учитель, продавец, работник маркетинга, инженер и др. Только 16 % респондентов имели образование в сфере гостеприимства и накопленный ранее опыт, помог им заниматься туристской деятельностью в сельской местности. Каждый шестой респондент (16 %) начал работу в сфере агротуризма после выхода на пенсию. Примечательно, что 40 % респондентов были профессионально связаны с сельскохозяйственной деятельностью (таблица 10).

Таблица 10 – Общая характеристика респондентов [составлено автором]

№	Пол	Возраст	Статус	Образование	Опыт работы
1	2	3	4	5	6
1	Мужчина	55	Частный (семейный бизнес)	Сельское хозяйство	Бизнес
2	Мужчина	49	Частный	Экономист	Руководство отеля
3	Мужчина	58	Частный (семейный бизнес)	Сельское хозяйство	Бизнес
4	Женщина	45	Арендатор	Повар	Бизнес
5	Женщина	63	Частный	Биолог	Научная сфера
6	Мужчина	56	Частный	Экономическое	Сфера управления
7	Мужчина	40	Частный (семейный бизнес)	Туризм	Сфера туризма и гостеприимства
8	Мужчина	56	Частный	Сельское хозяйство	Ресторанное дело
9	Женщина	42	Частный	Среднее	Агробизнес
10	Мужчина	38	Частный (семейный бизнес)	Средне-техническое	Агробизнес
11	Мужчина	33	Частный	Юридическое	Юрист
12	Мужчина	55	Частный	Юридическое, экономическое	Бизнес
13	Мужчина	47	Частный (Семейный бизнес)	Экономическое	Бизнес
14	Женщина	43	Арендатор	Медицинское	Медицинская сфера
15	Мужчина	45	Частный	Аграрное, экономическое	Бизнес
16	Женщина	60	Частный	Педагогическое	Бизнес
17	Мужчина	38	Частный (семейный бизнес)	Инженер	Бизнес
18	Мужчина	45	Частный (семейный бизнес)	Среднее	Бизнес

Продолжение таблицы 10

1	2	3	4	5	6
19	Мужчина	35	Частный (семейный бизнес)	Экономическое	Бизнес
20	Мужчина	58	Частный	Техническое	Сфера перевозок
21	Женщина	59	Частный	Журналистика	Медиа сфера
22	Мужчина	63	Частный	Среднетехническое	Бытовая сфера
23	Мужчина	42	Арендатор	Логистика	Бизнес
24	Женщина	54	Частный	Педагогическое	Сфера образования
25	Мужчина	44	Частный	Туризм	Сфера туризма

Владельцами обследованных объектов размещения агротуризма были частные лица (физические лица). Интересен факт, что 32 % респондентов вели семейный бизнес, муж и жена распределили обязанности между собой: например, муж управлял бизнесом, жена управляла хозяйственной частью, также обязанности распределялись между остальными членами семьи, детьми и родителями. 12 % респондентов являются арендаторами агроферм. Как они сами отмечают, они арендуют фермы, поскольку не имеют собственных земельных участков, вкладывают финансовые ресурсы и ведут бизнес.

2.1.2 Характеристика агротуристских хозяйств

Реализованные исследования показывают, что более половины хозяйств начали работать в сфере агротуризма последние 1-2 года (20 % и 32 % объектов) (рисунок 12). Это подтверждает, что происходит активизация туризма в сельской местности, и развитие рынка агротуристских услуг является относительно новой формой деятельности в Казахстане, в том числе и в Алматинской области, которая по оценке совокупного туристского потенциала является благоприятной для развития как туризма, так и агротуризма, в частности [103].

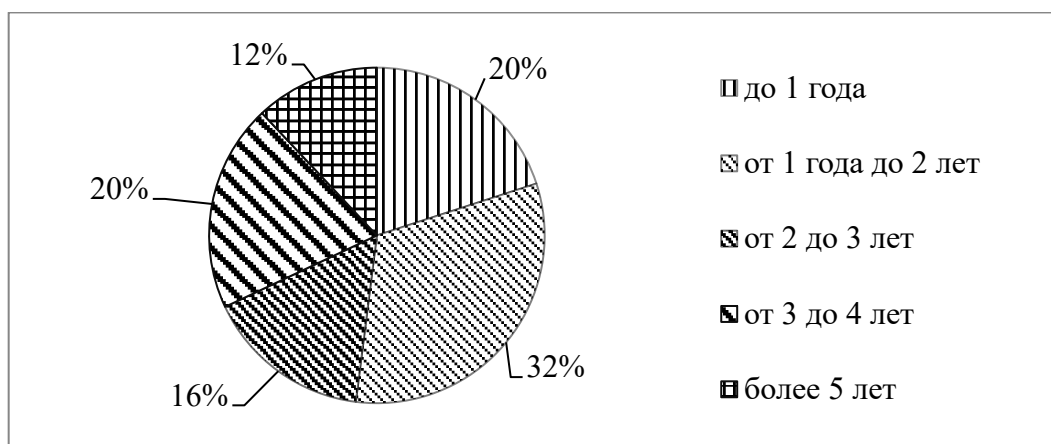


Рисунок 12 – Период работы агротуристских хозяйств в годах
[составлено автором]

Как показывает исследование, социально-экономические изменения в сельской местности под влиянием агротуризма, в том числе развитие местного предпринимательства в сфере туризма не велико. Все обследованные хозяйства занимаются сельскохозяйственной деятельностью. Средняя площадь обследованных фермерских и крестьянских хозяйств составляет 28 га. Около 3/4 хозяйств занимаются сельскохозяйственной деятельностью (животноводство, выращивание ягод, фруктов, овощей) на небольших земельных наделах, до 20 га площади (рисунок 13).

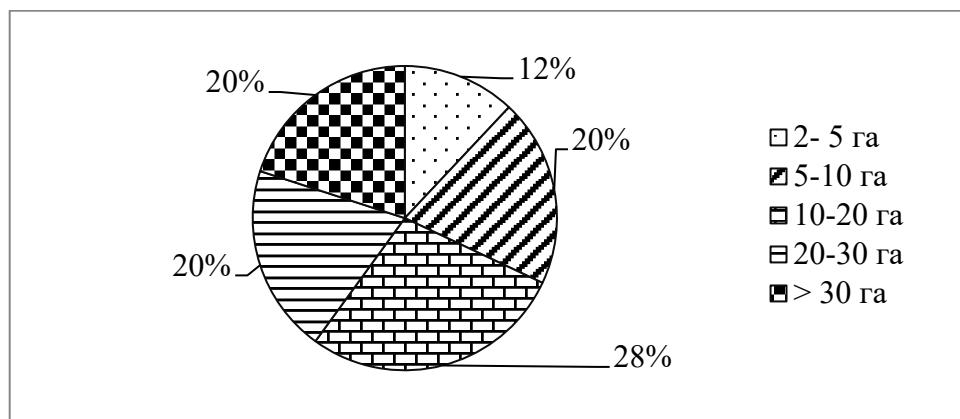


Рисунок 13 – Структура агротуристских хозяйств по площади
[составлено автором]

Формы организации хозяйств: индивидуальный предприниматель (ИП), крестьянское хозяйство (КХ) и товарищество с ограниченной ответственностью (ТОО). Одной из причин сложности определения хозяйств, работающих в сфере агротуризма, является основной вид экономической деятельности согласно общегосударственному классификатору видов деятельности – сельское, лесное и рыбное хозяйство. Основной юридической организационной формой фермеров, занимающимися агротуризмом, является индивидуальное предпринимательство (44 % объектов) (рисунок 14).

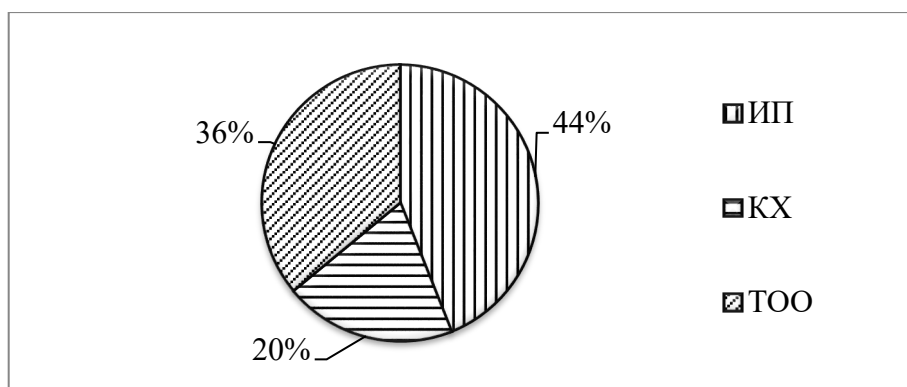


Рисунок 14 – Организационно – юридическая форма агротуристских хозяйств [составлено автором]

Простая процедура ведения бизнеса, не сложная процедура регистрации, упрощенная форма налогообложения, нет проверок со стороны контролирующих органов до 3-х лет, что и определяет, преимущества выбора этой формы правового статуса.

Исследуемые фермерские хозяйства разводят (91 %): крупный рогатый скот, лошадей, овец, домашнюю птицу и др. Овцы и домашняя птица являются аттрактором для туристов, особенно для детей. Одно из обследованных предприятий специализировалось на разведении пчел, и на этой основе было разработано агротуристское предложение. Несколько ферм ориентированы на растениеводство и, в этом случае, были организованы туры «U-Pick».

В хозяйствах было предложено суммарно 55 комнат на 280 мест. Почти все хозяйства работают сезонно (начиная с апреля по ноябрь ежегодно), только несколько ферм принимают гостей круглый год. Фермы, чаще всего, предлагают в аренду 5 комнат (44 % объектов) с общим количеством до 20 мест или 4 комнаты (20 % объектов). В большинстве (73 %) хозяйств помещения были обставлены в современном стиле (например, мебель из магазинов), в других хозяйствах были стилизованные помещения (юрты) в соответствии с традициями. Более 28 % объектов агротуризма имели номера (все или некоторые), оборудованные ванной комнатой с ванной или душем и туалетом. Другие объекты (44 %) предлагают гостевые комнаты без удобств и 28 % объектов имеют большую облагороженную территорию, проводят агротуры, но не предоставляют гостям ночлег (таблица 11).

Таблица 11 – Наименование агротуров, проводимых в Алматинской области [составлено автором]

Наименование	Описание
В гостях у фермера	Знакомят с сельскохозяйственными процессами, организуют участие в работе на ферме, производстве еды, покупке продуктов у производителя
Валяй, Каскелен	Знакомят с обычаями и традициями казахского народа, проводят мастер-классы по изготовлению войлока
Праздник картошки	Тур предусматривает сбор урожая, участие в мастер – классах и знакомство с природой
Сбор яблок	Тур предусматривает сбор урожая, участие в мастер – классах и знакомство с природой
Ореховое дело	Тур предусматривает посещение плантации фундука, миндаля, грецких орехов
Секреты курочки и пчелки	Тур предусматривает посещение фермы и пасеки
Верблюды	Предлагают посетить верблюжью ферму, дегустировать свежеприготовленный шубат
Дегустация вина	Дегустационные туры на винзаводы «Иссык», «Дионис», «Тургень»
Магия цветов	Тур на агрокомбинат с мастер-классом по флористике и сладким праздником

Следует отметить, что в планах этих хозяйств имеется постройка гостевых домиков. Некоторые комнаты (30 %) были оснащены телевизорами и электрическими чайниками. Помещения общего пользования были оснащены общедоступной мебелью и оборудованием как: детский стульчик, посуда и столовые приборы на кухне, скатерти, мангалы и др.

В сферу базовых услуг, предоставляемых агротуристскими хозяйствами, входит питание. Во многих случаях владельцы предлагали полный пансион по типовому меню или только завтрак (45 % и 67 % соответственно). 8 хозяйств предлагают традиционные казахские национальные напитки – шубат и саумал, что вызывает большой интерес со стороны потребителей. Местная гастрономическая база позволяет туристам питаться в соответствии с разными предпочтениями в питании и финансовыми возможностями.

По словам хозяев хозяйств, предложение купить и самостоятельно приготовить еду встречает все меньше и меньше интереса. Чаще туристы предпочитают готовые блюда. Как отмечает один из респондентов (Ранайфарм): «... Предлагал отдыхающим зарезать барана, приготовить свежие национальные блюда как куырдак, сирне и др. Но со стороны отдыхающих не было интереса. Также хотел организовать развлечение в национальном стиле, чтобы туристы могли сами делать курт или каймак, также все меньше проявляют интерес. Мне кажется, большая доля отдыхающих желают пассивный отдых на природе, им нравится отдаленность от мегаполиса, подышать свежим воздухом, но они не желают физической нагрузки...».

Во всех хозяйствах (90 % объектов) члены семьи были вовлечены в оказание услуг гостям, в том числе в организацию отдыха для туристов. Эти хозяйства нанимают работников со средней зарплатой (от 50 000 до 200 000 KZT), в разгар летнего сезона число наемных работников увеличивается. Один из респондентов отметил: «... в нашем хозяйстве трудятся все члены моей семьи, также 7 человек работают на постоянной основе. Ежемесячная заработная плата составляет от 60 000 до 200 000 KZT. В разгар летнего сезона число работников увеличивается до 20 человек. Сейчас наше государство субсидирует сельское хозяйство, я бы хотел посоветовать, чтобы субсидировали в кадры сельского хозяйства. Например, в моем хозяйстве доярка получает 80 000 KZT, если бы государство субсидировало 50 000 KZT, то количество желающих работать увеличивалось бы...».

Агротуристские хозяйства предлагают разнообразные развлечения. Посещение достопримечательностей не требует специальной физической подготовки от туристов. Возможности рекреационных мероприятий и дополнительных услуг, предлагаемых агротуризмом, зависят от фантазии и финансовых возможностей хозяев. Варианты проведения досуга, которые предлагаются агротуристам, очень разнообразны. Они пользуются местами отдыха, расположенными в хозяйстве, или могут использовать объекты, расположенные в окрестностях. Все обследованные хозяйства были оснащены туристской инфраструктурой и использовали объекты, расположенные в непосредственной близости от них. Наиболее часто упоминаемыми элементами туристской инфраструктуры

хозяйств были: общая кухня или место для приготовления пищи, место для костра, детский уголок, место для барбекю (более 80 % респондентов) (таблица 12).

Таблица 12 – Структура оборудования для агротуризма [составлено автором]

Категория	Количество хозяйств, ед.	Удельный вес хозяйств, %
Общая кухня	18	72
Место для костра, гриля, шашлыка	7	28
Детский уголок: песочница, горка, качели, игрушки и др.	7	28
Беседка / садовая хижина	9	36
Аттракционы и анимация (качели Алтыбакан, кукурузный лабиринт, стрельба из лука, дегустации фермерских продуктов, кормление животных, экскурсии по ферме и др.)	5	20
Баня	3	12
Юрта	3	12

Рекреационно-спортивное предложение обследованных агротуристских хозяйств также разнообразно. Оно включает: возможность участия в полевых и других сельскохозяйственных работах, ознакомление с сельскохозяйственными обязанностями и приобретение сельскохозяйственных продуктов. Все это часто упоминалось представителями хозяйств как одна из привлекательных возможностей для гостей провести свободное время (таблица 13).

Таблица 13 – Рекреационно-спортивные мероприятия обследованных агротуристских хозяйств [составлено автором]

Категории	Количество хозяйств, ед.	Удельный вес хозяйств, %
Отдых в саду с детским уголком: песочница, горки, игрушки и др.	8	32
Возможность покупки продуктов и полуфабрикатов	5	20
Уход за домашним скотом	5	20
Конные прогулки	7	28
Помощь в работе на пасеке	1	4
Соколиное шоу	1	4
Экскурсионные программы по окрестностям	5	20
Рыбалка	3	12
Сбор ягод	4	16
Дегустация вин и закусок	2	8
Саумал терапия, шубат	8	32

Это доказывает, что владельцы осознают привлекательность агротуризма и потребности агротуристов.

Возможность расслабиться, работая в хозяйстве, с самого начала ассоциировалась с агротуризмом и сельским туризмом, но в наши дни, что было четко отмечено владельцами, туристы редко выбирают такую форму проведения времени. Как отмечают владельцы, эту деятельность желают выполнять только постоянные гости хозяйств, знакомые с условиями жизни и обязанностями, и которые ранее выполняли аналогичную работу во время пребывания. По мнению владельцев хозяйств, такая форма проведения свободного времени среди туристов исчезает.

Хозяева, оправдывая ожидания гостей, расширяют агротуристское предложение новыми возможностями проводить время с учетом хобби или спортивной активности. Ответы показали, что верховая езда на лошади или верблюде становятся все более популярными формами активного отдыха. Многие фермы предлагали верховую езду в качестве развлечения для гостей.

Главный вывод, который можно извлечь из результатов интервьюирования хозяев агротуристских хозяйств следующий: агротуристское предложение богато и развивается в направлении физической активности или отдыха, но все еще недостаточно дифференцировано и продумано. Для агротуристов предлагаются следующие виды деятельности: участие в сборе урожая фруктов и овощей, знакомство с сельскохозяйственными процессами и животными (коровы, овцы, козы и др.), участие в экологических проектах как посадка деревьев, прогулки по сельской местности, приобретение местных продуктов, участие в дегустации сельскохозяйственной продукции, проведение мастер-классов по изготовлению местных продуктов, например, консервов, знакомство с традиционными культурными мероприятиями и праздниками, прогулки на лошадях и др.

Региональной спецификой является деятельность и услуги, направленные на оздоровление гостей – агротерапию. В частности, до 32 % хозяйств предлагают саумал (кобылье молоко). Фермеры участвующие в обследовании, знали и ориентировались в туристском предложении, и использовали существующую инфраструктуру окрестностей как ресурс для организации досуга агротуристов. Примечательно, что предложение некоторых агротуристских хозяйств включает экскурсионные программы по окрестностям, пешие походы, рыбалку, сбор ягод и плодов, организацию банных услуг, гастрономическую и развлекательную активность и др. В работе большинства субъектов агротуризма не обеспечивается комплексный подход. Усадьбы недостаточно обеспечены анимационными и иными программами, которые позволяют разнообразить отдых туристов. Отдыхающим должна предлагаться комплексная программа отдыха, включающая не только размещение и питание, но и услуги, основанные на использовании туристско-экскурсионного потенциала всего района. Решение этой проблемы позволит увеличить среднюю продолжительность пребывания агротуристов в усадьбах и, как следствие, доходы агротуристского бизнеса.

Почти все представители хозяйств указали, что агротуризм является

дополнительном источником заработка, а основная предпринимательская деятельность – сельскохозяйственная деятельность. Она включает разведение скота, растениеводство (выращивание ягод, фруктов и овощей), пчеловодство и др. К важным источникам заработка относится продажа и сбыт сельскохозяйственной продукции. Респонденты выразили мнение, что, если бы не было сельскохозяйственной деятельности, не было бы агротуризма. До половины из них, подчеркнули (55 % объектов), что только в «высокий» туристский сезон (летний и осенний периоды) доходы от агротуризма доминируют над основным доходом.

2.1.3 Контингент агротуристов

Респонденты хорошо представляют потенциальных клиентов и знают их запросы. Основной контингент гостей составляют молодые экономически активные люди в возрасте 25-44 года, путешествующие в основном с семьями (50 %). Это люди, находящиеся на относительно стабильном жизненном этапе, с довольно постоянными и «усредненными» требованиями. Они определились в жизни, получили необходимое образование, а заботы о здоровье пока не стали для них приоритетными. Они молоды и энергичны, их будоражат новые впечатления. Другая группа – экономически активные люди среднего возраста 46-60 лет, путешествующие в основном без детей (40 %). Это группа людей также находящихся на стабильном жизненном этапе, характеризуется повышенным интересом к поездкам с такой целью как лечение. Наименьший удельный вес приходится на группу молодежи 15-24 года, на которую приходится до 10 % все посетителей. Это группа школьников и студентов, не имеющих постоянного дохода, которая характеризуется повышенным интересом к познавательным и спортивным развлечениям.

78 % респондентов более одного раза принимали иностранных гостей, в основном из КНР, ОАЭ, Египта и некоторых стран ЕС. 22 % респондентов никогда не принимали иностранных гостей. Самой главной проблемой указывают не знание английского языка.

Возвращение гостей, по мнению представителей хозяйств, является положительным явлением. Все опрошенные указали на важную роль в их работе, так называемые «постоянных» (возвращающихся) гостей. Ежегодно для 36 % хозяйств удельный вес возвращающихся гостей находился на уровне до 50 %, а в 16 случаях указывалось, что он не превышает 25 % (таблица 14).

Это указывает на то, что постоянный контингент гостей хозяйств все еще формируется, а сами хозяйства хорошо понимают важность постоянных клиентов и работают для их привлечения. По мнению одного из респондентов: «... на сегодняшний день число постоянных клиентов достигает около 30 % от всех отдыхающих. Каждый год мы пытаемся что-то разнообразить для них. Им нравится у нас отдыхать на свежем воздухе, пить саумал, кататься на лошадях. С некоторыми из гостей установились дружеские отношения».

Некоторые хозяйства преобразовывают и расширяют инфраструктуру и создают дополнительные строения для улучшения условий проживания гостей.

Таблица 14 – Количество хозяйств согласно удельному весу «постоянных» гостей [составлено автором]

Период агротуристской активности хозяйства в годах	Количество хозяйств согласно удельному весу «постоянных» гостей в течение годового цикла работы				
	менее 25 %	25-50 %	51-70 %	71-90 %	более 91 %
Менее полгода	0	0	0	0	0
До 1 года	1	0	0	0	0
От 1 года до 2 лет	1	3	0	0	0
От 2 лет до 3 лет	9	3	0	0	0
Более 3 лет	5	3	0	0	0
Итого	16	9	0	0	0

Удельный вес постоянных гостей из года в год зависит не от продолжительности работы хозяйства, а от отношения хозяев к туристам. Они наработывают, так называемый, конфиденциальный характер гостеприимства, который способствует установлению тесных отношений с гостями [104]. Как указывает Мика М. [104], позитивный настрой хозяев к гостям создает атмосферу дружелюбного места (среды), в которое они хотят вернуться. Характер предложения, подготовленного хозяйством, и степень, в которой потребности агротуристов удовлетворяет это предложение, влияют на их лояльность в отношении посещаемых агротуристских хозяйств. Постоянные гости являются носителями информации о данном хозяйстве (сарафанное радио), и именно этот канал связи привлекает новых клиентов. В частности, один из респондентов отметил: «... постоянные клиенты рекомендуют нас своим друзьям, и благодаря этому у нас появляются новые ..., которые также становятся постоянными гостями...».

В продвижении агротуристского хозяйства наряду с «сарафанным радио» большую роль играют социальные страницы в сетях как Instagram, Facebook и др. (рисунок 15). До 10 % респондентов имеют сайт. Хотелось отметить, что нужную информацию можно легко найти на их социальных страничках, они уделяют особое внимание, на пополнение и обновление контента на страницах как маркетинговый ход продвижения своих услуг.

Только пять обследованных хозяйств слышали об идее создания ассоциации агротуризма Алматинской области и в случае её создания положительно оценивают членство в ней. Большинство ферм не изъявляют желания стать членами. Как отметил один из респондентов: «... я не являюсь членом какой-либо ассоциации, не думаю, что от них будет какая-либо помощь в развитии моего бизнеса ...». Хотя, среди основных преимуществ принадлежности к ассоциации агротуризма можно отнести: рекламу на веб-сайтах, возможность участвовать в учебных семинарах, конференциях, ознакомительных поездках, вероятность встретиться с другими владельцами фермерских хозяйств из со-

седних районов, обмен опытом, переговоры, потенциал налаживания сотрудничества и контактов.

Почти все респонденты из агротуристских хозяйств не сотрудничают друг с другом. Как отмечает респондент: «... я знаю кто работает в этой сфере по соседству, что они предлагают, но между собой не сотрудничаем. Если у меня нет мест, я могу гостям порекомендовать соседей и не более ...». Другой респондент отмечает: «... я сам объездил фермы по соседству, предложил сотрудничать в этой области, составить один тур. Но никто не откликнулся, не знаю в чем причина, может меня считают бизнес конкурентом?».

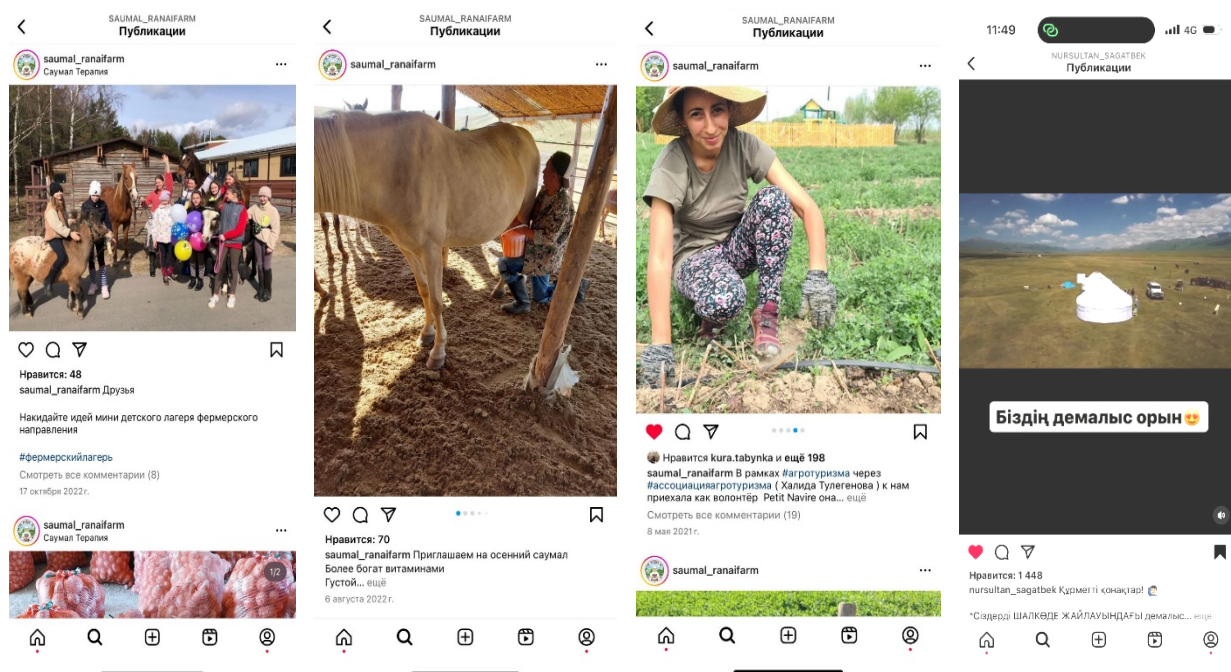


Рисунок 15 – Агротуристское предложение хозяйств Алматинской области [Instagram: фото со страниц «Ранай Фарм» и «Нурсултан Сагатбек»]

Согласно исследованию Мика М. [104], когда между фермерскими хозяйствами создаются неформальные, но постоянные сети сотрудничества, в том числе между соседями и друзьями, возникают мультипликативные эффекты. Сети сотрудничества образуют стратегический элемент системы приема агротуристов [104, 49]. Исследование развития агротуризма в Алматинской области показывает, он страдает от раздробленности обязанностей, недостаточной координации и сотрудничества между хозяйствами, туристскими предприятиями, местными и региональными властями. Опыт совместного участия ограничен, готовность к сотрудничеству и осознание долгосрочных стратегий и аспектов устойчивости низкие. Государственно-частные партнерства почти не используются.

Агротуризм, независимо от расположения хозяйств, характеризуется, как и другие виды туризма, – сезонностью с акцентом на лето. Хотя теоретически предложение классического агротуризма, в зависимости от типа предлагаемых услуг, круглогодично, на практике оно представлено в основном в летний сезон

[49].

Респонденты обратили внимание на сезонность агротуризма, а также на приезд туристов, преимущественно в летний, и, частично, осенний период, обычно на выходные дни. По мнению респондентов, это способствуют сокращению периода отдыха и преобладанию поездок в праздничные и выходные дни продолжительностью от 2 до 3 дней с незначительной долей пребывания более 7 дней.

2.1.4 Предпосылки и мотивы агротуристской деятельности

Мотивацию стать предпринимателями в сфере агротуризма можно объяснить теорией потребностей А. Маслоу [105]. Она утверждает, что люди мотивированы удовлетворять потребности в иерархическом порядке, начиная с базовых потребностей более низкого порядка и заканчивая более сложными высокого порядка. Основные потребности связаны с зарабатыванием денег, необходимы для немедленной поддержки домохозяйства [106, 107]. Более сложные потребности обычно возникают после удовлетворения основных потребностей.

В научной литературе в качестве основных мотивов для ведения агротуристского бизнеса отмечены: желание увеличить доходы хозяйств (иногда даже отдельные агроуслуги, которые первоначально приносили только дополнительный доход, увеличиваются, пока не становятся основными источниками дохода); увеличение использования потенциала (ресурсов, возможностей) домохозяйств; готовность делиться опытом сельской жизни с другими; готовность знакомиться с новыми людьми; получение удовлетворения от работы на дому; намерение производить и продавать экологически чистые продукты питания [108, 60].

В ходе обследования хозяева указывали на разные предпосылки и мотивы, которыми они руководствовались, когда начинали агротуристскую деятельность. Среди них были мотивы экономические, социальные и психологические. Респонденты, как правило, не ограничивались указанием одного основного мотива, чаще всего, было указано 2 или 3 мотива.

В структуре ответов наиболее распространенной причиной, по которой они начали заниматься агротуризмом, была осведомленность о жизни в привлекательной местности (74 % ответов), что также может быть привлекательным для агротуристов. По словам респондентов «красивые окрестности» и «красивые места» побуждают агротуристов приезжать к ним (таблица 15, рисунок 16). На рисунке 16 зеленые пунктирные линии обозначают внутренние мотиваторы. Синие пунктирные линии обозначают мотиваторы, основанные на необходимости. Темно-желтые пунктирные линии обозначают мотиваторы, основанные на возможностях. В скобках показан удельный вес мотива по частоте упоминания. В соответствии с теорией предпринимательства, такие ученые, как Block J.H., Wagner M. [109], Deli F. [110], Williams N., Williams C.C. [111], Block J., Sandne P. [112] Fossen F.M., Büttner T.J.M. [113], Zali M.R., Faghieh N., Ghotbi S., Rajaie S. [114] разделили людей на две группы как «предприниматели по возможности» – категория людей, ищущих возможности, а также «предприниматели по необходимости» –

категория людей, вынужденных потребностью.

Таблица 15 – Осознание привлекательных ценностей для туристов как фактор агротуризма по мнению респондентов (примеры утверждений) [составлено автором]

Респонденты	Цитаты
1	Прежде всего, это было вызвано прекрасным районом, в котором мы живем. В нашем районе прекрасные горы и пейзаж, чистые реки. На мысль принимать гостей подтолкнул иностранный турист, отдыхавший в наших краях, во время проведения мероприятия. Он был сильно удивлен почему мы не используем такую красоту в целях развития туризма. Он также показал мне видеоролик, как за границей село преобразовалось с помощью развития туризма. Так я начала принимать гостей.
2	Мои предки занимались сельским хозяйством, это передавалось из поколения в поколение. Хотел развиваться в этой области, видел фермеров принимающих туристов, решил заняться приемом гостей, поскольку имею образование в этой сфере, стажировался в США, видел там как организуют на фермах агротуризм.
3	... Прекрасный пейзаж открывается из нашего хозяйства. Развожу пчел, после участия в семинаре по агротуризму, организованном управлением Алматинской области, начал организацию агротуров...
4	... Имела крестьянское хозяйство в селе Алматинской области, отдыхая в таких странах как Италия, Польша, видела как в этих странах развит агротуризм. После выхода на пенсию, решила на ферме организовать прием гостей ...
5	... Хотелось производить и продавать экологически чистые продукты питания, также это дополнительная реклама основной деятельности, дополнительный заработок для нас ...
6	... Хотел чтобы люди почувствовали настоящий сельский образ жизни ... питались чистыми экологическими продуктами без ГМО...

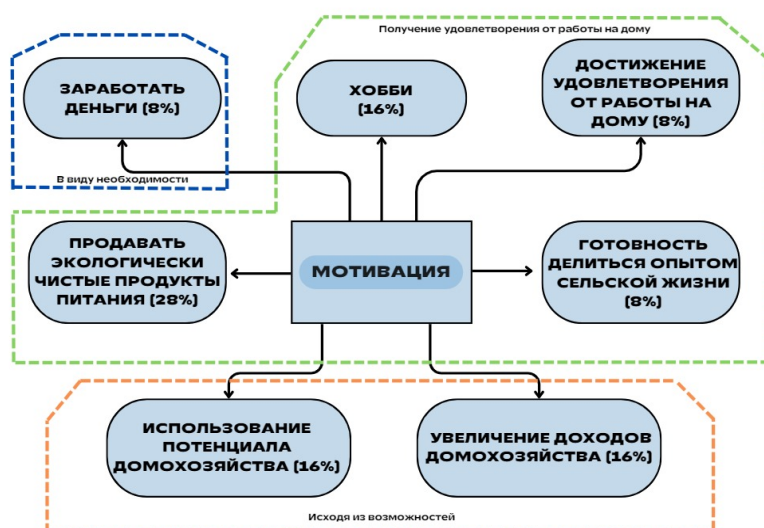


Рисунок 16 – Мотивация хозяйств в сфере агротуризма Алматинской области [составлено автором]

Block J.H., Wagner M. обнаружили, что предприниматели по возможности, в сравнении с предпринимателями по необходимости, используют гораздо более выгодные возможности, поскольку они различаются в зависимости от человеческого капитала [109]. В исследованиях Кенебаевой А.Б. [115] была выявлена еще одна категория предпринимателей среди казахстанских поставщиков агротуризма и определена как «нерациональные предприниматели (получение удовлетворения от работы на дому)» (таблица 16).

Таблица 16 – Категории предпринимателей агротуризма [составлено автором]

Категория предпринимателей	Мотивация предпринимателей
Предприниматели по необходимости	Предприниматели прежде всего мотивированы необходимостью зарабатывать на жизнь
Предприниматели по возможности	Инициативные предприниматели, ищущие возможности, обычно руководствуются финансовыми и деловыми интересами, ориентируясь на реальные и благоприятные возможности для бизнеса
Иррациональные предприниматели	Предпринимательская деятельность, кому финансовая сторона не так важна, бизнес для этой категории предпринимателей скорее хобби, чем работа. Они были мотивированы желанием внести свой вклад в процветание региона

Как показывают исследования, около 90 % опрошенных предпринимателей можно отнести ко 2-ой и 3-ей категориям, что доказывает ориентацию предпринимателей на реальные и благоприятные возможности для ведения бизнеса. Они имеют зарубежный опыт, инициативны, ищут дополнительные возможности ведения бизнеса и заработка, а также мотивированы желанием внести вклад в развитие своего региона и намерение производить и продавать экологически чистые продукты питания.

2.1.5 Ограничения агротуристской деятельности

Часть интервьюирования была посвящена выявлению основных проблем, с которыми сталкиваются руководители объектов размещения агротуризма Алматинской области, а также выявлению ограничений и барьеров на пути развития агротуристской деятельности. В ходе интервью респонденты указали на ряд проблем – ограничений и препятствий, которые они вынуждены преодолевать для объектов агротуризма на этапе начала агротуристской деятельности и в последующем. Обобщенно проблемы можно охарактеризовать следующим образом:

неразвитая инфраструктура (плохое качество автодорог, газообеспечения, водоснабжения); респонденты отмечают: «... одной из проблем развития в целом хозяйства стало отсутствие газоснабжения, что создает трудности как в бытовом плане, так и в целом по хозяйству, мешает комфортному проживанию»;

низкий уровень качества услуг, предоставляемых в агротуристских объек-

тах, особенно, основанных на инфраструктуре, которая находится в непосредственной близости от хозяйства;

отсутствие благоприятных условий кредитования, поскольку для многих процедура получения кредита для начала бизнеса является сложной, у многих респондентов возникли проблемы с получением кредита;

небольшая или даже недостаточная заинтересованность жителей в развитии сферы агротуристских услуг;

низкая заинтересованность представителей местных органов власти в развитии сферы агротуризма, в том числе: недооценка властями агротуристского потенциала, недостаточная активность в области маркетинга, нехватка образовательной деятельности, отсутствие «типично агротуристских» территорий;

повышение нормативов, пороговых критериев и требований для фермеров при получении субсидирования, нормативы субсидий избирают и утверждают областные власти; малым хозяйствам маловероятно получать субсидирование;

цены на основные товары и услуги значительно выше, чем заработная плата; наблюдается дефицит так называемых «свободных» денег (свободные средства для принятия решений), которые можно использовать для посещения агротуров;

отсутствие коммуникации между хозяйствами в сельской местности и туристскими фирмами в городах;

отсутствие поддержки агротуристской деятельности на законодательном уровне, что для начала и ведения бизнеса является препятствием, также сложность получения разрешения на строительство гостевых домов на землях сельскохозяйственного назначения.

В целом, феноменологический анализ интервью позволяет объединить собранные ответы в две группы – «ограничения внешние» и «ограничения внутренние». По мнению респондентов, в группу «внешних ограничений» развития агротуризма входят:

рассредоточенность туристских достопримечательностей, недостаточность популяризованных объектов, большая территориальная удаленность от туристских объектов;

малая или недостаточная заинтересованность местных жителей в развитии сферы агротуристских услуг;

проблемы сертификации гостевых домов в сельской местности (только Сертификационный центр КТА и КАГиР занимается сертификацией гостевых услуг);

высокая стоимость создания постоянно действующего сайта, сложности в размещении и обновлении информации;

преобразование хозяйств в стандартные гостевые дома и гостиницы, что, по мнению респондентов, ведет к потере аутентичности и снижает заинтересованность потенциальных агротуристов.

В группу «внутренних ограничений» развития агротуризма входят:

утрата местных культурных традиций из-за того, что многие семьи не сохранили традиционные обычаи, не передав их из поколения в поколение;

отсутствие или плохое сотрудничество «агротуристских» объектов с другими хозяйствами и «соседями»;

отсутствие взаимодействия или плохое сотрудничество хозяйств с местными властями;

отсутствие или слабое сотрудничество с местными жителями;

недостаточный объем свободных средств на развитие и модернизацию хозяйства;

языковые барьеры в отношениях с иностранными туристами.

В целом наиболее распространенные барьеры и ограничения для развития агротуризма согласно результатам интервьюирования, можно объединить исходя из специфики в следующие группы: природно-географические; социальные; психологические; правовые; налоговые; институциональные; технические; финансовые; маркетинговые.

2.2 Совокупный агротуристский потенциал территории

Оценка агротуристского потенциала территории определяет особенности и структуру регионального агротуристского продукта, что является основой для формирования туристского бизнеса в регионе. Существующие методики оценки туристско-рекреационного потенциала можно подразделить на две группы: а) методики качественной оценки; б) методики количественной оценки. Первый подход подразумевает применение экспертной оценки, SWOT-анализа, изучения исторических данных. Второй подход требует исследования статистических показателей, проведения анкетирований и опросов, использования экономических инструментов и моделей. В настоящее время исследователи часто выбирают смешанный вариант методики оценки туристско-рекреационного потенциала, согласно особенностям заявленной цели.

В настоящее время большинство исследователей под агротуристским потенциалом понимают совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических ресурсов для организации агротуристской деятельности на определенной территории. Сложность заключается в том, что нет общепринятой методики оценки привлекательности территории для агротуризма. Российские ученые как Кусков А.С. и Джаладян Ю.А. [116], Саранча М.А. [117], Власенко О.В. [118], Шумакова О.В., Косенчук О.В., Новиков Ю.И., Нардин Д.С. [119] разработали авторские методики оценки территории и ее характеристик.

По мнению Котляровой О.В. и Бай Т.В. основными параметрами для оценки туристско-рекреационного потенциала территории выступают: 1) природные условия для развития разных видов туризма; 2) историко-культурный туристский потенциал; 3) туристская инфраструктура [120].

При изучении и анализе туристских ресурсов Смиренникова Е.В. выделила факторы, влияющих на формирование туристского потенциала региона, разделив их на: природные; социально-экономические; ограничивающие [121]. Их совокупность представляет собой материальную основу для развития туризма в регионе.

Следует отметить, что каждая методика требует совершенствования и не всегда подходит для условий Республики Казахстан. Отечественными учеными под руководством Ердавлетова С.Р. [103] был оценен туристско-рекреационный потенциал Республики Казахстан. В рамках данных работ Алматинская область получила оценку как «весьма благоприятная» для организации и развития туризма. Однако детальных исследований агротуристского потенциала на локальном уровне не проводилось. Нами предлагается использовать существующую методику, дополнив ее оценкой сельскохозяйственных ресурсов, что делает возможным включить агротуристский потенциал в комплексную оценку территории.

В рамках диссертационных исследований была проделана адресная работа по оценке совокупного туристско-рекреационного потенциала Алматинской области. Первая стадия работ опиралась на применение картографического метода проведения туристско-географических исследований и включала поиск доступной информации и проведение наблюдений в сфере туризма Алматинской области. Особую важность имели следующие картографические материалы: «Ландшафтная карта Казахстана (масштаб 1:2 500 000)», «Топографическая карта Алматинской области (масштаб 1:1 000 000)», «Карта автомобильных дорог и достопримечательностей Алматинской области (масштаб 1:1 000 000)», «Туристская карта Алматинской области (масштаб 1:1 000 000)».

Данные картографические материалы не только использованы для составления оценочных карт сферы туризма, но и позволили определить критерии поиска, сбора и систематизации информации о природных и социально-экономических туристско-рекреационных ресурсах, а также об объектах туристского хозяйства и сельскохозяйственных туристско-рекреационных ресурсах Алматинской области.

Критерии отбора информации задаются целью и задачами исследования. Мы используем типовую методику оценки совокупного туристско-рекреационного потенциала с авторскими дополнениями, которая предполагает последовательный сбор и систематизацию количественной информации по четырём разделам показателей. В их числе: природные туристско-рекреационные ресурсы, социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы, объекты туристского хозяйства и сельскохозяйственные ресурсы в связи с развитием агротуризма. В совокупности такой подход позволяет сформировать целостное представление об агротуристском потенциале исследуемой территории.

В рамках решения задачи сбора и систематизации современных сведений о развитии туризма в каждой из территориально-административных единиц Алматинской области, источниками информации по каждому из блоков показателей стала официальная статистика Республики Казахстан [100], а также официальные сайты территориально-административных единиц и прямые контакты с представителями акиматов районов и городов Алматинской области. Дополнительно были использованы тематические опубликованные и Интернет-источники.

Последовательность составления карт была следующей: «Карта уровня обеспеченности территории природными туристско-рекреационными ресурсами»; «Карта уровня обеспеченности территории социально-экономическими туристско-рекреационными ресурсами»; «Карта уровня обеспеченности территории объектами туристского хозяйства»; «Карта уровня обеспеченности территории сельскохозяйственными туристско-рекреационными ресурсами»; «Карта уровня совокупного агротуристского потенциала территории».

Для составления карты уровня обеспеченности территории природными туристско-рекреационными ресурсами были собраны и систематизированы данные по разделу «Обеспеченность природными туристско-рекреационными ресурсами Алматинской области». Он включает три блока: типы ландшафтов; территории и объекты особого назначения; промысловые животные (таблица 17). Расчет уровня обеспеченности каждой территориально-административной единицы природными туристско-рекреационными ресурсами выполнен по формуле (1):

$$\Sigma(\text{ПТРР}) = a_1 + a_2 + a_3, \quad (1)$$

где: Σ – суммарный уровень обеспеченности территории ПТРР; a_1 , a_2 , a_3 – группы показателей.

Уровни обеспеченности природными туристско-рекреационными ресурсами территории Алматинской области следующие (рисунок 17):

высокий (от 35 до 40) – Жамбылский район, Енбекшиказахский район;

выше среднего (от 30 до 34) – Райымбекский район;

средний (от 25 до 29) – Илийский район, Кегенский район;

ниже среднего (от 20 до 24) – Карасайский район, Талгарский район, Уйгурский район, Балкашский район;

низкий (от 15 до 19) – Конаев г.а., Алатау г.а., Алматы г.р.з.

Высоким и выше среднего индексами туристской аттрактивности природных ландшафтов обладают Енбекшиказахский, Жамбылский и Райымбекский районы. В пределах данных административных районов имеются разные природные аттракторы. Рельеф южной части Жамбылского района горный (западные отроги Иле Алатау, восточные отроги гор Шу-Иле), северной – равнинный (плато Бозой, долина Караой). Протекают следующие реки: Карагалы, Узынагаш, Каракастек, Жаманты, Балажан, Актерек, Ыргайты и др. Их воды используются для орошения пашни и обводнения пастбищ. На большей части территории расположена Жусандалинская государственная заповедная зона. Рельеф территории Енбекшиказахского района на юге, востоке и юго-востоке горный (хребет Иле Алатау, горы Бакай, Сарытау, Согет, Торайгыр), на севере – равнинный (впадина Иле). Самая высокая точка – гора Саз (4241 м) на юго-западе покрыта ледниками и снежниками. Поверхность района имеет уклон к водохранилищу Капшагай. Протекают следующие реки: Иссык, Турген, Киикбай, Шолак, Шыбыкты, Белшадар, Каратурык, Лаварсаз, Асы и Шилик.

Таблица 17 – Обеспеченность природными туристско-рекреационными ресурсами Алматинской области
[составлено автором]

Административно-территориальные единицы	Типы ландшафтов			Территории и объекты особого назначения									Промысловые животные			Итого
	3 балла	2 балла	1 балл	памятники природы	заповедники	заказники	национальные парки	дендропарки	ботанические сады	зоопарки	водоемы, имеющие гос. значение	месторождения минеральных вод	звери	птицы	рыбы	
Балкашский район		2	6			2			1		1		2	1	9	24
Енбекшиказахский район	2	7	9	1	1	1	2	1			3	1	2	1	9	40
Жамбылский район	1	15	5								2		2	1	10	36
Илийский район		5	5								3		2	1	10	26
Карасайский район	1	10		1			1					1	2	2	2	20
Кегенский район	1	11	9			1	1				3		2	1		29
Райымбекский район	1	14	9			1	1				2		2	1		31
Талгарский район	2	11	4		1	1	2				1		1	1		24
Уйгурский район	1	5	5	1			1					7	2	2		24
Конаев г.а.		1	4										2	1	9	17
Алатау г.а.		2	2								1		2	1	9	17
Алматы г.р.з.	1	3		1			2	1	1	1	1	3		1		15

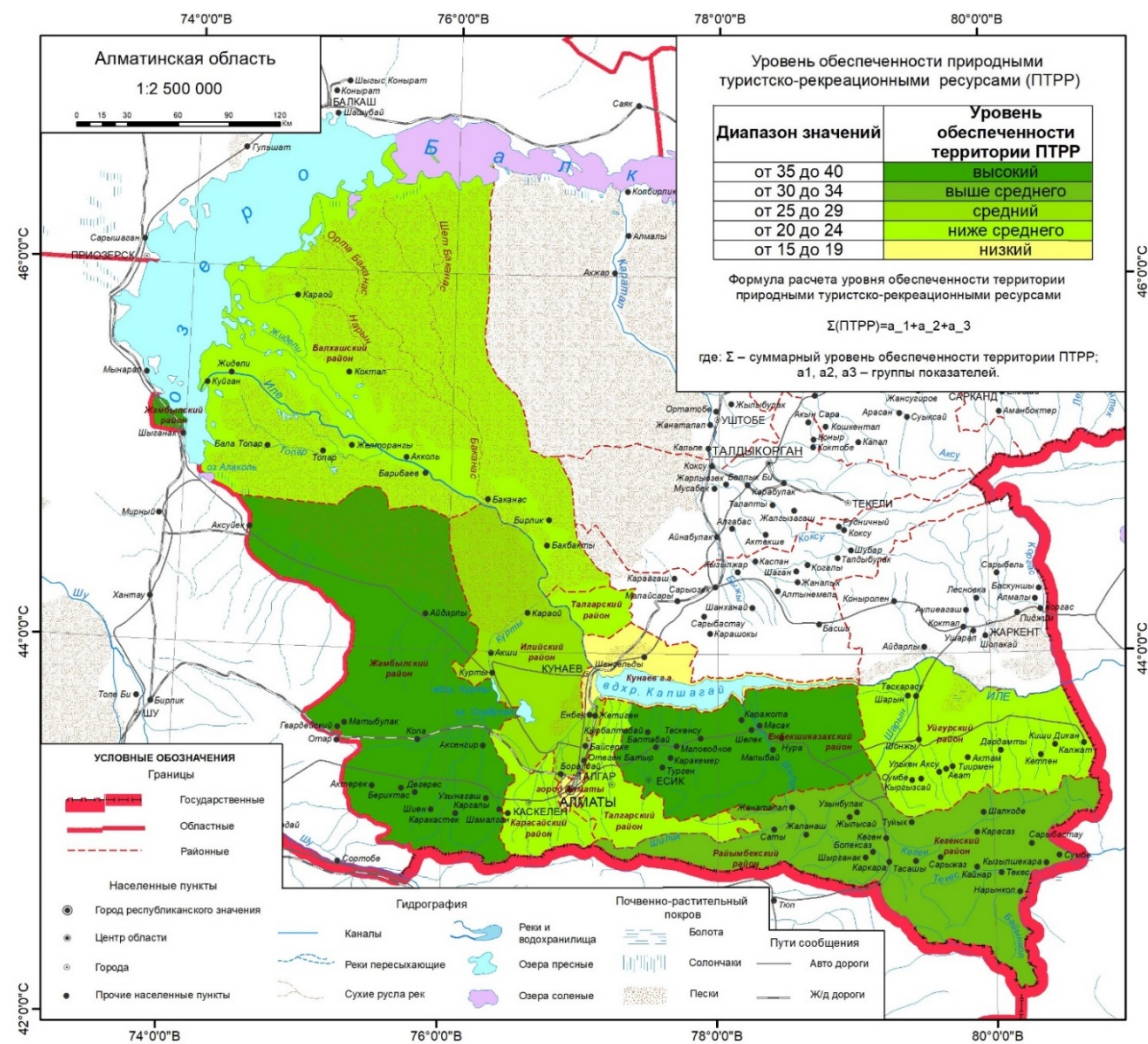


Рисунок 17 – Карта уровня обеспеченности природными туристско-рекреационными ресурсами Алматинской области [составлено автором]

С востока на запад территорию пересекает оросительный канал Улкен Алматы (Большой Алматинский Канал имени Д. Кунаева). В горах имеются небольшие моренные озера (Есик, Жасылкол и др.). В горной местности расположены минеральные источники Таутургенские и Корамские. На территории района находится часть государственного национального природного парка Иле-Алатау, Алматинский заповедник, Иссыкский курган, заказник Шынтурген. Орошаемое и богарное земледелие представлено выращиванием зерновых, плодово-ягодных культур, овощей, табака. Развито животноводство – овцеводство, скотоводство, коневодство, птицеводство.

Райымбекский район характеризуется высокогорным рельефом и живописными пейзажами. В южной части территории горные цепи относятся к системе Терской-Алатау. Абсолютные высоты вершин в южной части до 7010 м, наивысшая точка – пик Хан-Тенгри (7010 м), находящийся на границе Казахстана и Кыргызстана. Наиболее крупные реки – Шарын, Шелек, Текес, Баянкол с притоками. Животный мир района богат и разнообразен. Наиболее богат животный мир горной части. На территории расположены туристские объекты, в числе которых ГНПП Кольсайские озера и Шарынский каньон, ущелье Шогансай, высокогорное соленое озеро Тузколь и др. Одну треть площади территории района занимают особо охраняемые природные территории. Это Алматинский государственный природный заповедник, государственные национальные природные парки Иле-Алатау (памятник природы Чинтургенские ельники) и Шарын, Алматинский государственный природный заказник [122].

Средним, ниже среднего и низким индексами туристской аттрактивности природных ландшафтов обладают Илийский, Кегенский, Карасайский, Талгарский, Уйгурский и Балкашский районы, а также Конаев г.а. и Алматы г.р.з. Административно-территориальные единицы не имеют значимых природных достопримечательностей.

Для составления карты уровня обеспеченности территории социально-экономическими туристско-рекреационными ресурсами были собраны и систематизированы данные по разделу «Обеспеченность социально-экономическими туристско-рекреационными ресурсами Алматинской области». Он включает четыре блока: достопримечательности; специализированные культурно-познавательные объекты; интересные хозяйственные объекты; интересные события и явления. Кроме этого, добавлен специальный показатель «Интернет сайт» (таблица 18).

Расчет уровня обеспеченности каждой территориально-административной единицы социально-экономическими туристско-рекреационными ресурсами выполнен по формуле (2):

$$\Sigma(\text{СЭТРР}) = a_1 + a_2 + a_3 + a_4 + b_1, \quad (2)$$

где: Σ – суммарный уровень обеспеченности территории СЭТРР; a_1, a_2, a_3, a_4 – группы показателей; b_1 – отдельный показатель.

Уровни обеспеченности социально-экономическими туристско-рекреационными ресурсами территории Алматинской области следующие (рисунок 18):

высокий (более 200) – Енбекшиказахский район; Алматы г.р.з.;

Таблица 18 – Обеспеченность социально-экономическими туристско-рекреационными ресурсами
Алматинской области [составлена автором]

Административно-территориальные единицы	Достопримечательности					Специализированные культурно-познавательные объекты							Интересные хозяйственные объекты				Интересные события и явления			Интернет сайт	Итого
	археологические	петроглифы	архитектурные	памятники и монументы	памятные места	музеи, выставочные залы	театры, дворцы культуры	цирки	спортивные сооружения	религиозные объекты	этноцентры	центры ремесленничества	промышленность	сельское хозяйство	транспорт	социальные комплексы	этно. характер	полит. характер	хозяйственного		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Балкашский район	4			8		1	15		1	15							1			1	46
Енбекшиказахский район	199	3	17	23	3	2	1		7	20					5					1	281
Жамбылский район	118	1	1	26		1	24		1	24							1			1	198
Илийский район	64			15			6		2	12	1	1		1	1	3	2	1		1	110
Карасайский район	20		15	8	1	2	6		2	11	1	2	6	5	3		1		2	1	86
Кегенский район	90	1	5	10	2	1	9		2	7	2	2	1	2	3	3	3	2	3	1	149
Райымбекский район	105	1	6	13	5	1	9		3	7	3	3	1	2	3	3	4	2	5	1	177
Талгарский район	36			18	2	2	6	1	12	11	4	6		15	2	3	6		3	1	128
Уйгурский район	37	1		20	2	2	29	1	3	14	1	3		3	6	4	3		2	1	132
Конаев г.а.	1			7			5		8	4			1		1		1			1	29
Алатау г.а.	1			4					6	4					1				1	1	18
Алматы г.р.з.	10		32	75	5	25	27	1	10	85		1			1	2	2	1	1	1	279

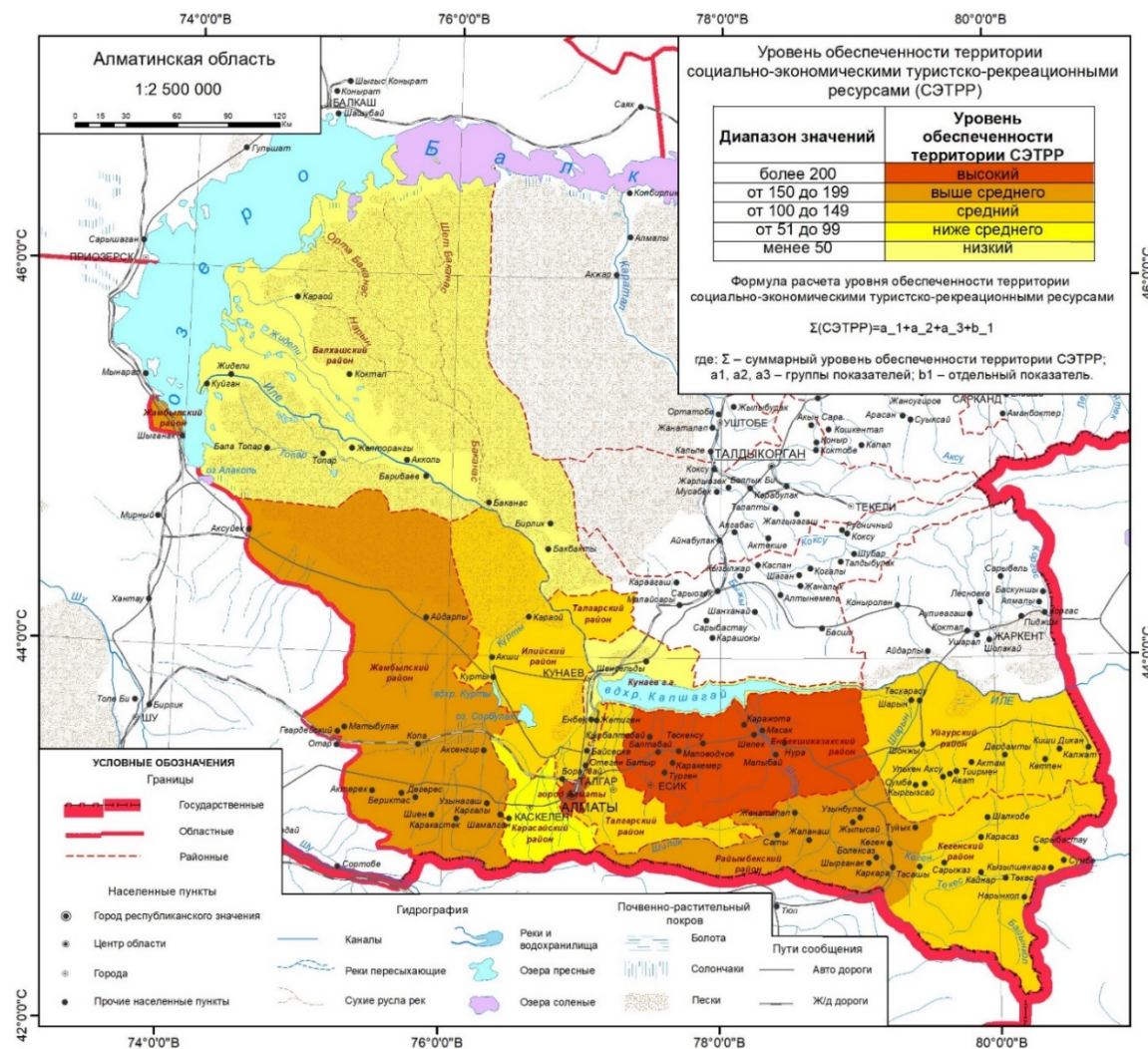


Рисунок 18 – Карта уровня обеспеченности социально-экономическими туристско-рекреационными ресурсами Алматинской области [составлена автором]

выше среднего (от 150 до 199) – Жамбылский район, Райымбекский район;

средний (от 100 до 149) – Илийский район, Кегенский район, Талгарский район, Уйгурский район;

ниже среднего (от 51 до 99) – Карасайский район;

низкий (менее 50) – Балкашский район, Конаев г.а., Алатау г.а.

Переходя к интерпретации составленной карты, отметим, что имеется одна административно-территориальная единица, резко лидирующая по насыщенности социально-экономическими туристско-рекреационными ресурсами – Алматы г.р.з. Хотя она для развития агротуризма не имеет прямого значения, поскольку он традиционно ассоциируется с природными и сельскими территориями, ее роль с позиции рынка туристских услуг, образования и информирования, организации туров и мероприятий, продвижения и маркетинга, огромная.

Три административно-территориальных единицы характеризуются высоким и выше среднего индексами насыщенности социально-экономическими туристско-рекреационными ресурсами – Енбекшиказахский, Жамбылский и Райымбекский. Енбекшиказахский и Райымбекский районы выделяется количеством археологических памятников. На их территории также присутствуют, но в незначительном количестве, архитектурные памятники, памятники и монументы. На территориях Илийского, Кегенского, Талгарского, Уйгурского районов данные объекты представлены в умеренном количестве. Ниже среднего индекс насыщенности территории социально-экономическими туристско-рекреационными ресурсами характерен для Карасайского района. Территории Балкашского района и Конаев г.а. характеризуются низким индексом насыщенности социально-экономическими туристско-рекреационными ресурсами.

Для составления карты уровня обеспеченности территории объектами туристского хозяйства были собраны и систематизированы данные по разделу «Обеспеченность объектами туристского хозяйства Алматинской области». Он включает три блока: транспортно-логистические объекты; средства размещения; инфраструктура развлечений. Кроме этого, добавлены специальные показатели «Турагентства и турфирмы», «Общественное питание, млн KZT», «Розничная торговля, млрд KZT», «Таможни», «Водоисточники» (таблица 19). Для работы была использована официальная информация Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан, а также данные с официальных сайтов в Интернет административных районов и городских агломераций Алматинской области.

Расчет уровня обеспеченности каждой территориально-административной единицы объектами туристского хозяйства выполнен по формуле (3):

$$\Sigma(\text{ОТХ}) = b_1 + a_1 + a_2 + b_2 + b_3 + a_3 + b_4 + b_5, \quad (3)$$

где: Σ – суммарный уровень обеспеченности территории ОТХ; a_1, a_2, a_3 –

группы показателей; b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 – отдельные показатели.

Уровни обеспеченности объектами туристского хозяйства территории Алматинской области следующие (рисунк 19):

высокий (более 55) – Алматы г.р.з., Конаев г.а.;

выше среднего (от 40 до 55) – Уйгурский район, Карасайский район;

средний (от 35 до 40) – Балкашский район;

ниже среднего (от 30 до 34) – Енбекшиказахский район;

низкий (от 25 до 29) – Илийский район, Талгарский район, Жамбылский район, Райымбекский район, Кегенский район, Алатау г.а.

Нами заменены привычные показатели «Пункты питания» и «Супермаркеты» на «Общественное питание» и «Розничная торговля» по причине недостаточности информации по первым двум показателям. Показатели «Общественное питание» и «Розничная торговля» выражены в денежном эквиваленте, что позволяет более наглядно продемонстрировать уровень развития услуг данных категорий, а также максимально полно учесть услуги всех предприятий. Принцип подсчёта количества баллов для административно-территориальных единиц был следующим: 1 млрд KZT (розничная торговля) = 1 балл, 200 000 KZT (общественное питание) = 1 балл. В итоге таблицы 19 отражен суммарный балльный показатель насыщенности территории объектами туристского хозяйства.

Высокий индекс насыщенности территории объектами туристского хозяйства имеют Алматы г.р.з. и Конаев г.а., которые значительно превосходят другие административно-территориальные единицы по большинству показателей. В первую очередь речь идёт о средствах размещения и туристских фирмах. В структуре средств размещения преобладают гостиницы.

Выше среднего и средним индексом насыщенности объектами туристского хозяйства обладают Уйгурский, Карасайский и Балкашский районы. Ниже среднего и низкий индекс насыщенности объектами туристского хозяйства отмечен в Енбекшиказахском, Илийском, Талгарском, Жамбылском, Райымбекском и Кегенском районах, что свидетельствует о слабом развитии инфраструктуры туризма.

Для составления карты уровня обеспеченности территории сельскохозяйственными туристско-рекреационными ресурсами были собраны и систематизированы данные по разделу «Обеспеченность сельскохозяйственными туристско-рекреационными ресурсами территории Алматинской области». Он включает семь специальных показателей: общая уточненная посевная площадь (баллы); количество скота и птицы в сельскохозяйственных предприятиях (баллы); количество скота и птицы в ИП, КХ, ФХ (баллы); действующие производители сельскохозяйственной продукции (баллы); КХ и ФХ (баллы); количество действующих сельскохозяйственных кооперативов (баллы); улов рыбы (баллы) (таблица 20). Для работы была использована официальная информация Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан, а также данные с официальных сайтов в Интернет административных районов и городских агломераций Алматинской области.

Таблица 19 – Обеспеченность объектами туристского хозяйства Алматинской области [составлено автором]

Административно-территориальные единицы	Турагентства и турфирмы	Транспортно-логистические объекты				Средства размещения						Общественное питание, млн KZT	Розничная торговля, млрд KZT	Инфраструктура развлечений							Таможни	Водоисточники	Итого
		аэропорты	железнодорожные вокзалы	автовокзалы	пристани и причалы	турбазы	гостиницы	гостевые и охотничьи дома	санатории, дома отдыха	горнолыжные базы	оздоровительные лагеря			аквапарки	технопарки	ночные клубы, дискотеки	казино	боулинг	кинотеатры	торгово-развл. центры			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	22	23	24	26
Балкашский район	1		1		1	11	2	3				2	1									15	37
Енбекшиказахский район				1		1	10	2	3		3	5	5		1								31
Жамбылский район				1			7		1		3	5	4									7	28
Илийский район			1	1			7				1	5	5	2								4	26
Карасайский район		1		1		1	25	3	5		4	5	5	3								2	55
Кегенский район				1			10	11				1	2										25
Райымбекский район				1			19	4				1	3								1		29
Талгарский район				1			5		8	2	4	1	5	1									27
Уйгурский район				1		23	7	5				1	3								1		41
Конаев г.а.	2		1	1	1	52	26				4	5	5	1		1	13		1	1			114
Алатау г.а.		1	1	1			17					2	3										25
Алматы г.р.з.	89	1	2	1			31		14	1		5	5	5	3	30		7	18	11	1	5	229

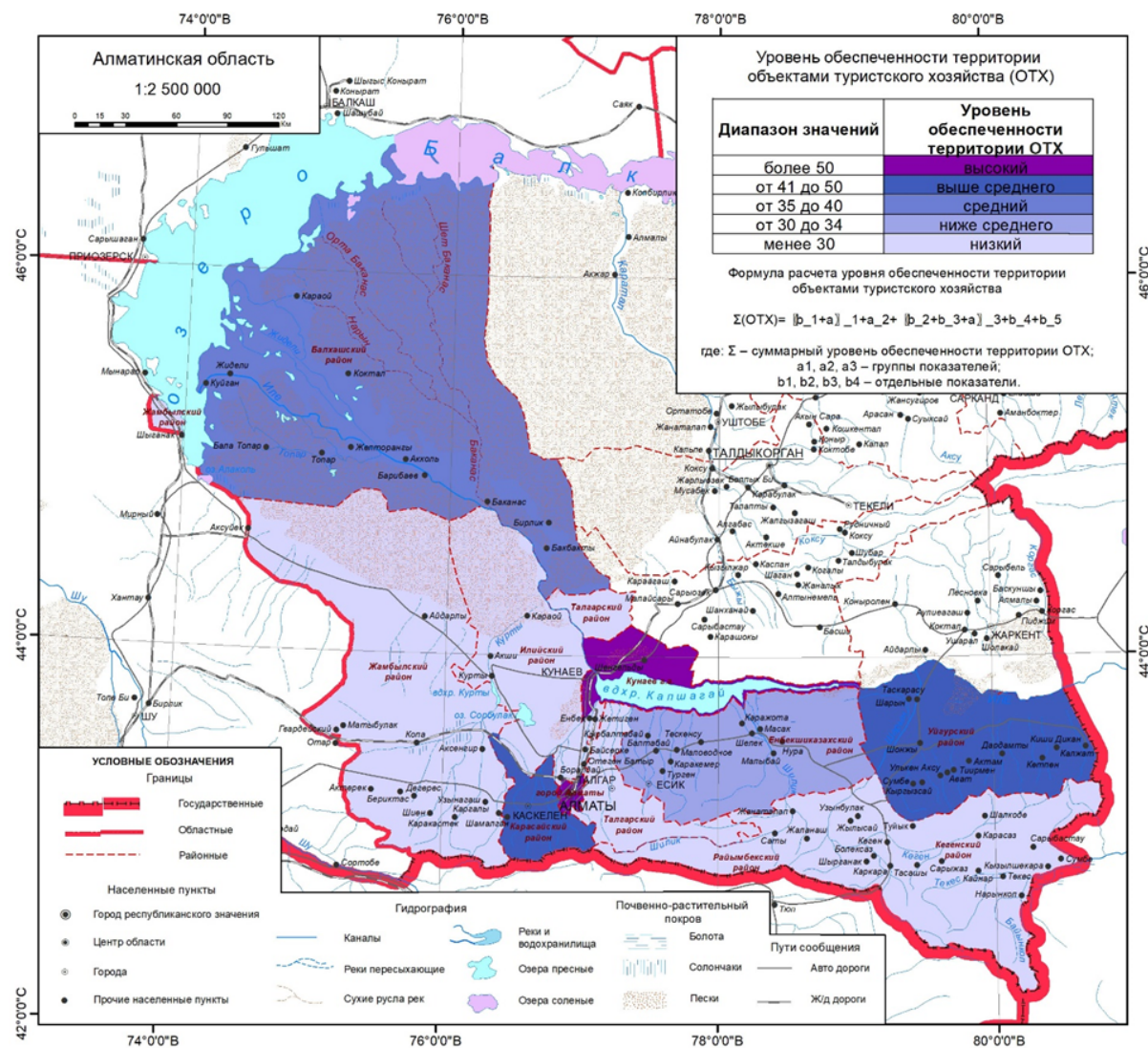


Рисунок 19 – Карта уровня обеспеченности объектами туристского хозяйства Алматинской области
[составлено автором]

Был выполнен перевод в балльную систему статистических показателей по посевной площади и количеству скота и птицы, сельскохозяйственным производителям всех категорий хозяйств, согласно административно-территориальным единицам. Оценка с использованием данных показателей в настоящее время мало распространена для целей развития агротуризма. Учет площадей, используемых в растениеводстве, и данные о количестве домашнего скота и птицы на наш взгляд могут быть важными для: ресурсного обеспечения агротуристской деятельности при принятии решений о планировании и развитии агротуризма; понимания возможностей разработки экскурсий и агротуристских активностей на основе разнообразия сельскохозяйственных угодий и животноводческих отраслей; эффективного продвижения агротуризма путем демонстрации разнообразия ресурсов сельскохозяйственной деятельности. Принцип подсчёта баллов был следующим: 100 га сельскохозяйственной площади – 1 балл; 1000 единиц скота и птицы – 1 балл. В итоге вычислен средний показатель насыщенности административно-территориальных единиц сельскохозяйственными туристско-рекреационными ресурсами (таблица 20).

Расчет уровня обеспеченности каждой территориально-административной единицы сельскохозяйственными туристско-рекреационными ресурсами выполнен по формуле (4):

$$\Sigma(\text{СТРР}) = b_1 + b_2 + b_3 + b_4 + b_5 + b_6 + b_7, \quad (4)$$

где: Σ – суммарный уровень обеспеченности территории СТРР; $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7$ – отдельные показатели.

Уровни обеспеченности сельскохозяйственными туристско-рекреационными ресурсами территории Алматинской области:

высокий (более 300) – Енбекшиказахский район, Балкашский район;

выше среднего (от 200 до 300) – Жамбылский район;

средний (от 150 до 199) – Илийский район;

ниже среднего (от 101 до 149) – Талгарский район, Уйгурский район; Райымбекский район; Карасайский район, Кегенский район;

низкий (менее 100) – Конаев г.а., Алатау г.а., Алматы г.р.з.

Конечным результатом данного этапа оценки стала карта уровня обеспеченности сельскохозяйственными туристско-рекреационными ресурсами Алматинской области (рисунок 20).

Изучив информацию, представленную в таблице и на рисунке выше, можно сделать вывод о том, что Алматинская область хорошо обеспечена сельскохозяйственными туристско-рекреационными ресурсами. Несомненными лидерами являются Балкашский, Енбекшиказахский, Жамбылский. Средний уровень обеспеченности отмечен в Илийском районе. Уровень ниже среднего характерен для территории Талгарского, Уйгурского, Райымбекского, Карасайский, Кегенского районов. Наименьшие показатели у Конаев г.а., Алатау г.а. и Алматы г.р.з.

Таблица 20 – Обеспеченность сельскохозяйственными туристско-рекреационными ресурсами Алматинской области
[составлено автором]

Административно-территориальные единицы	Общая уточненная посевная площадь, баллы	Количество скота и птицы в сельскохозяйственных предприятиях, баллы	Количество скота и птицы в ИП, КХ, ФХ, баллы	Действующие производители сельскохозяйственной продукции, баллы	КХ и ФХ, баллы	Количество действующих сельскохозяйственных кооперативов, баллы	Улов рыбы, баллы	Итого, баллы
Балкашский район	30	183	48	51	1	11	2	326
Енбекшиказахский район	86	237	19	227	10	34	1	614
Жамбылский район	101	58	48	67	4	7	1	286
Илийский район	69	14	27	53	1		1	165
Карасайский район	29	7	4	87	2	7		136
Кегенский район	29	21	15	48	1	11		125
Райымбекский район	38	9	21	30	2	13		113
Талгарский район	34	11	10	72	2	14		143
Уйгурский район	22	21	20	62	3	6		134
Конаев г.а.	13	3	2	54	0	11	2	85
Алатау г.а.	11	2	1,6	25	1	1,4		42
Алматы г.р.з.	5	2	0,2	10	1	0,8		19

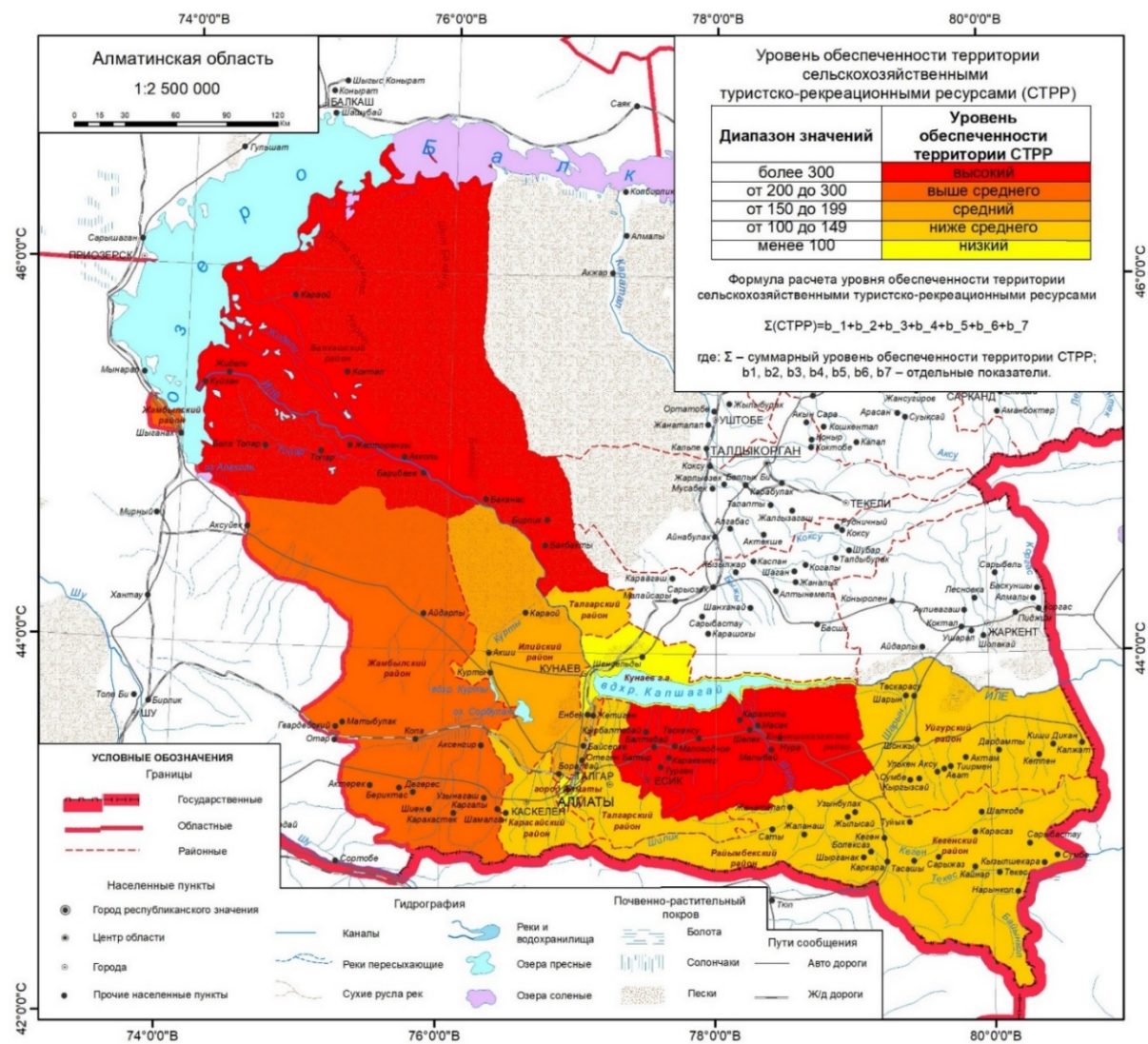


Рисунок 20 – Карта уровня обеспеченности сельскохозяйственными туристско-рекреационными ресурсами территории Алматинской области [составлено автором]

На заключительном этапе оценки совокупного агротуристского потенциала Алматинской области было выполнено сведение всех частных оценок в интегральную форму. Расчет показателя совокупного агротуристского потенциала территории (САПТ) выполнен по формуле (5):

$$\Sigma(\text{САПТ}) = c_{\text{ПТРР}} + c_{\text{СЭТРР}} + c_{\text{ОТХ}} + c_{\text{СТРР}}, \quad (5)$$

где: Σ – уровень обеспеченности САПТ; $c_{\text{ПТРР}}$ – уровень обеспеченности территории природными туристско-рекреационными ресурсами; $c_{\text{СЭТРР}}$ – уровень обеспеченности территории социально-экономическими туристско-рекреационными ресурсами; $c_{\text{ОТХ}}$ – уровень обеспеченности территории объектами туристского хозяйства; $c_{\text{СТРР}}$ – уровень обеспеченности территории сельскохозяйственными туристско-рекреационными ресурсами.

Выполненное суммирование частных показателей для получения совокупного агротуристского потенциала административно-территориальных единиц Алматинской области представлено в таблице 21.

Уровни совокупного агротуристского потенциала территории Алматинской области:

высокий (более 450) – Енбекшиказахский район; Жамбылский район, Алматы г.р.з.;

выше среднего (от 350 до 450) – Райымбекский район, Балкашский район;

средний (от 311 до 349) – Илийский район, Кегенский район, Талгарский район, Уйгурский район;

ниже среднего (от 251 до 310) – Карасайский район;

низкий (менее 250) – Конаев г.а., Алатау г.а.

Результатирующая карта уровня совокупного агротуристского потенциала Алматинской области показана на рисунке 21.

Таблица 21 – Совокупный агротуристский потенциал Алматинской области [составлено автором]

Административно-территориальные единицы	Итоги таблицы 1	Итоги таблицы 2	Итоги таблицы 3	Итоги таблицы 4	Совокупный потенциал
Балкашский район	25	46	37	326	434
Енбекшиказахский район	40	281	28	614	963
Жамбылский район	36	198	28	286	548
Илийский район	26	110	26	165	327
Карасайский район	20	86	54	136	296
Кегенский район	29	149	25	125	328
Райымбекский район	31	177	29	113	350
Талгарский район	24	128	27	143	322
Уйгурский район	24	132	41	134	331
Конаев г.а.	17	29	114	85	245
Алатау г.а.	17	18	25	42	102
Алматы г.р.з	15	279	229	19	542

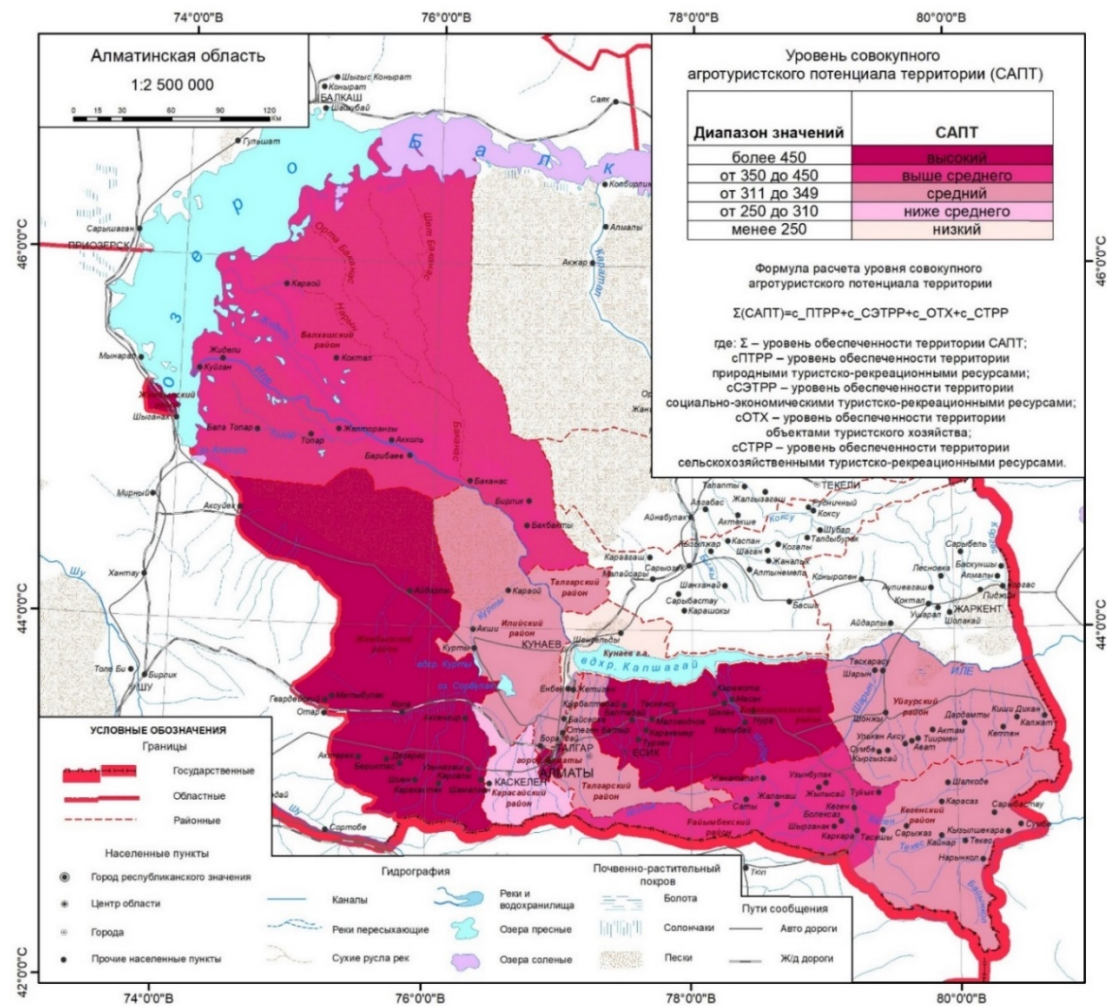


Рисунок 21 – Карта уровня совокупного агротуристского потенциала территории Алматинской области
[составлено автором]

2.3 Детерминанты развития агротуризма

Развитие агротуризма в Алматинской области протекает медленно и хаотично. Палата предпринимателей и Управление туризма Алматинской области периодически организуют семинары и тренинги для обучения фермеров по формированию дополнительных источников заработка. Но бессистемность и маленький охват целевой группы не дают значительных положительных результатов. Эффективное развитие агротуризма требует учета детерминант стимулирующего и сдерживающего характера. В качестве детерминант развития агротуризма выступают разные стимулирующие и сдерживающие факторы, которые могут оказывать положительное или отрицательное влияние на развитие и функционирование агротуристской деятельности.

При их анализе для территории Алматинской области следует выделять детерминанты «первого порядка», которые являются достаточно устойчивыми во времени для сельской территории (например, природно-экологические и культурно-исторические особенности территории), а также более динамичные детерминанты «второго порядка» (например, социально-демографические, экономико-институциональные, материально-технические, организационно-управленческие, кадрово-технологические особенности территории) (таблица 22).

Таблица 22 – Систематизация детерминант развития агротуризма в Алматинской области [составлено автором]

Группы детерминант	Детерминанты развития агротуризма	
	стимулирующие	сдерживающие
1	2	3
Природно-экологические	1. Привлекательные природные ландшафты и сельские местности в разные сезоны годы. 2. Биоразнообразие и разнообразие экосистем, широкий спектр равнинных ландшафтов и ландшафтов высотных поясов. 3. Сезонные явления как цветение садов, сбор урожая и другие для включения разных аспектов сельского природного календаря в агротуризм. 4. Континентальный климат с выраженными сезонами и благоприятными условиями для круглогодичного агротуризма.	1. Неравномерность освоения сельских территорий. 2. Значительная удаленность сельских территорий от крупных населенных пунктов и транспортных узлов. 3. Экстремальные погодные условия и явления как засухи, паводки или другие, снижающие безопасность и возможности агротуризма. 4. Ограничен доступ к природным угольям из-за охраны природы и частного землепользования.
Культурно-исторические	1. Наличие культурных и исторических памятников национального и местного значения.	1. Местные жители скептически настроены к развитию агротуризма, опасаются его влияния на приватность и

Продолжение таблицы 22

1	2	3
Культурно-исторические	2. Традиционные ремесла и ремесленные традиции, фестивали и культурные мероприятия, кулинарное наследие, фольклор и народные традиции, культурная уникальность. 3. Сохранение традиционных видов хозяйственной деятельности, позволяющих диверсифицировать агротуры.	увеличение туристской нагрузки на окружающие территории. 2. Сложности в сохранении культурного наследия и угроза его разрушения или утраты, социокультурные противоречия между сельскими и городскими жителями. 3. Отсутствие потребности у многих горожан в коммерческом агротуризме ввиду наличия родственных связей с сельскими жителями.
Социально-демографические	1. Наличие потребности в альтернативных формах занятости в сельской местности по причине более низкой заработной платы у сельских жителей. 2. Возможности агротуризма в решении социально-демографических проблем сельской местности (отток молодежи, создание рабочих мест, развитие социально-образовательной сферы и др). 3. Стимулирование патриотизма и улучшение социальной интеграции в сельских районах.	1. Высокий удельный вес людей старшего и пожилого возраста с отсутствием профессиональных компетенций в сфере услуг. 2. Недостаточная готовность к приему и работе с туристами, малая информированность о местных достопримечательностях и потребностях агротуристов. 3. Слабый доступ к дополнительному образованию и ограниченные коммуникационные навыки и навыки общения на иностранных языках.
Экономико-институциональные	1. Наличие программных документов, ориентированных на развитие туризма как сферы альтернативной занятости для сельского населения. 2. Начальная стадия работы ассоциации агротуризма и запуск агротуристских проектов. 3. Государственная поддержка и инвестиции в развитие сельского хозяйства и инфраструктуры.	1. Отсутствие четкого правового и налогового статуса для хозяйств, занимающихся агротуризмом. 2. Отсутствие механизмов финансовой поддержки агротуризма (субсидирование, налоговые преференции, льготное кредитования и др.). 3. Сложные и длительные бюрократические процедуры получения разрешений, лицензий и сертификации.
Материально-технические	1. Наличие базовой инфраструктуры как дороги, коммуникации (Интернет, мобильная связь), торговые точки, кафе и др., обеспечивающей доступ к агротуристическим объектам и комфортность для пребывания агротуристов.	1. Отсутствие у сельского населения свободных помещений для агротуристов (по данным Бюро национальной статистики средняя обеспеченность жильем на одного проживающего в селе 20,2 м², в городе – 23,5 м²) и изношенность жилищного фонда.

Продолжение таблицы 22

1	2	3
Материально-технические	2. Развитый сельскохозяйственный сектор и ресурсы для создания агротуристских объектов (ФХ, КХ, сады, винодельни, рынки и др.) для диверсификации агротуристского продукта и обогащения опыта посетителей. 3. Инфраструктура развлечений и активного отдыха (зона для пикников и барбекю с мангалами, скамейками, столиками и др., бани, участки для полевых игр и спортивных мероприятий, наблюдательные площадки, места для рыбалки, пешие маршруты, маршруты и участки для верховой езды, места для фотосессий, объекты мероприятий и игр для детей, аттракционы для детей (карусели, горки, качели) и др.) и сырьевые ресурсы для качественного и разнообразного питания.	2. Ограниченная развитость транспортной (аэропорты, общественный транспорт и др.) и коммуникационной (интернет, инфраструктура (интернет, мобильная связь), гостиничного размещения, медицинского обслуживания в сельских районах. 3. Недостаточное оборудование и удобства для приема агротуристов в конкретных хозяйствах (туалеты, душевые, кухонное и другое оборудование согласно требованиям комфортности и безопасности), отсутствие маркеров прогулочных маршрутов для навигации агротуристов и др.
Организационно-управленческие	1. Деятельность ассоциации агро-и сельского туризма для решения общих проблем и привлечение внимания к агротуризму на уровне деятельности ОЮЛ «КТА» (организация обучающих программ, семинаров, тренингов, консультаций для предпринимателей и работников в сфере агротуризма), создание новых объектов и развитие существующих. 2. Относительная дешевизна организованных услуг в сельской местности, продвижение местных традиций, культуры, кулинарных особенностей и производств ремесленных изделий.	1. Начальная стадия построения сети партнерства с местными властями, сельскохозяйственными предприятиями, местными сообществами, туристскими агентствами и другими стейкхолдерами отсутствие стратегического планирования развития агротуризма. 2. Отсутствие маркетинговых стратегий и кампаний по продвижению агротуристских продуктов и услуг, контроля за качеством обслуживания и обучения персонала на агротуристских объектах. 3. Неэффективное использование ресурсов, управление процессами эксплуатации агротуристских объектов, малое количество оригинальных агротуристских

Продолжение таблицы 22

1	2	3
Организационно-управленческие	3. Стимулирование инноваций и инициативности в разных сферах на государственном уровне (поддержка инновационных инициатив через гранты, субсидии, конкурсы и др, способствующие развитию новых идей, улучшению качества услуг и привлечению внимания потребителей).	продуктов и услуг, а также слабое обновление и диверсификация предложения.
Кадрово-технологические	1. Возможности для развития специализированных образовательных программ и курсов, обучения и повышения квалификации в сфере агротуристского обслуживания и гостеприимства на базе вузов Алматы. 2. Потенциал для развития цифровых решений и платформ для бронирования агротуров, организации экскурсий и предоставления информации о достопримечательностях сельских территорий на основе образовательных, консалтинговых и технологических организаций Алматы. 3. Возможности государственной и частной поддержки стартапов и инновационных проектов в сфере агротуризма на основе Акимата Алматинской области, инновационных центров, технопарков, бизнес-инкубаторов и акселераторов, фондов инвестиций, исследовательских центров, образовательных и научных учреждений Алматы и Казахстана.	1. Нехватка специалистов с профильной квалификацией в сфере туристских услуг, деградация сельского рынка труда. 2. Низкие технологическая оснащенность и доступ к современным технологиям и инструментам продвижения агротуризма (цифровой маркетинг, онлайн-бронирование, реклама агротуристских предложений и др.). 3. Низкая информационная поддержка (отсутствие доступной информации о возможностях и преимуществах агротуризма для предпринимателей и потенциальных инвесторов) и недостаток технологического обеспечения для практической деятельности.

При определенных обстоятельствах отдельные детерминанты второй группы могут переходить в первую (например, с течением времени может произойти кардинальное улучшение кадрово-технологических детерминант развития агротуризма). Рассмотрим каждую из обозначенных групп детерминант в

отдельности.

Природно-экологические детерминанты. Основной потребитель агротуризма – горожанин, проживающий в жестком ежедневном режиме, информированный и мобильный, но большое время ограниченный урбанизированным пространством и условиями городской среды. В целях поддержания жизненного тонуса ему необходима кардинальная смена обстановки. Специфика городского образа жизни и потребности горожанина формируют специфические установки с ориентацией на экологичность практически во всем, в том числе, в выборе места для отдыха, которое должно быть ближе к природе и естественным условиям. Поэтому максимально востребованы следующие подходы – отход от массовости и переход к индивидуализации пакета туруслуг, ориентация на семейный отдых и в малых группах [123].

Популярность агротуризма обусловлена тягой городских жителей к отдыху в спокойной обстановке в отрыве от городской суеты и в среде с более благоприятными природно-экологическими условиями. По данным Неходы Е.В. отдельные негативные природно-экологические явления не являются отталкивающими для большей части городского населения и преградой, которая могла бы быть причиной для их отказа от агротуризма [124]. Более значительный сдерживающий фактор – удаленность сельских территорий от крупных населенных пунктов и транспортно-логических центров. Они слабо оснащены инфраструктурой для комфортного отдыха, нередко, отсутствует необходимая в случае непредвиденных обстоятельств, медицинская помощь. Существует взаимосвязь агротуризма с сезонностью, делающей его, например, в зимнее время менее привлекательным для туристов.

Понимание природно-экологических детерминант развития агротуризма представлено как важнейшая предпосылка для успешного развития разновидностей агротуризма. Понятие «природно-экологические детерминанты» относится к довольно мало изученным в теории и практике агротуризма, потому что отсутствует общепринятое определение и нет единого мнения о его составе. Исследователи приводят рекомендации для оценки отдельных экологических детерминант, а примеры технологии оценки в целом отсутствуют [2, 3]. Изучение природно-экологических детерминант важно для планирования и разработки альтернативных вариантов развития агротуризма, разработки плана необходимых оптимизационных мероприятий, мониторинга негативных факторов и условий окружающей среды, управления эффективностью коллективного использования ресурсов территории. Природно-экологические детерминанты оказывают сильное влияние на все виды хозяйственной деятельности и могут ускорять или замедлять их развитие [125, 126].

Наличие неблагоприятных экологических детерминант уменьшает агротуристскую емкость и привлекательность территории, а присутствие благоприятных, увеличивает их. Многообразие природно-экологических детерминант на обширной территории Алматинской области, неравномерность размещения и использования ресурсов, характеристики территории обуславливают разные

варианты агротуристской специализации: растениеводческой, животноводческой, виноградарской, пчеловодческой, гастрономической, развлекательной и др. Исследования двух типов сельскохозяйственных территорий, производящих агротуристский продукт на примере животноводческих и растениеводческих хозяйств, показали сходство предоставляемых услуг в целом. А вот оценка респондентами образа жизни как результата воздействия разных природно-экологических детерминант и привлекательного элемента среды агротуризма различалась довольно сильно.

Исследование продемонстрировало явное и скрытое влияние природно-экологических детерминант на агротуризм, которое выражается в прямом влиянии на агротуристские продукты, товары и услуги, а также и на образ жизни хозяев как дополнительный аттрактивный фактор. Кроме природно-экологических детерминант на развитие агротуризма влияют размеры агротуристских предприятий, количество и качество человеческих ресурсов, а также бизнес-модель агротуризма. Привлекательностью для агротуристов обладают территории с наиболее широкими возможностями развития услуг агротуризма, которые оставляют право выбора вида отдыха за потребителем. Агротуристская ценность территории снижается по мере уменьшения положительных природно-экологических детерминант и имеет наименьшую значимость при монотонном рельефе и малокомфортном климате, ограничивающем пребывание на открытом пространстве, дефиците воды, скудно представленной флоре и фауне [127,128].

Культурно-исторические детерминанты. Развитие агротуризма позволяет формировать благоприятный образ сельской местности, влиять на стирание границ между городским и сельским населением. Агротуризм привлекателен для городского населения в силу вовлечения в распространенные в сельской местности традиционные виды деятельности, а также приобщения к изучению культурного наследия сельских территорий, что обуславливает значительный социокультурный потенциал развития агротуризма в Алматинской области.

Алматинская область обладает высоким культурно-историческим потенциалом. На территории сосредоточены объекты мирового и национального культурно-исторического наследия, проходят важные экономические, культурные, общественные и спортивные события. Во многих районах представлен широкий спектр потенциально привлекательных туристских объектов и комплексов, пользующихся большой популярностью у казахстанских и иностранных туристов. Наличие разнообразных ресурсов позволяет развивать разные разновидности агротуризма: агрогостеприимство; агрогастрономия; агроотдых; агроспорт; агроразвлечения; агроэтнография.

Агротуризм является альтернативным видом занятости в сельской местности и позволяет решать существующие социокультурные проблемы [129]. В то же время, существуют детерминанты, которые сдерживают развитие агротуризма. В целом, местные жители скептически настроены к развитию агроту-

ризма, опасаются его влияния на приватность и увеличение туристской нагрузки на окружающие территории. Потенциально могут возникнуть сложности в сохранении культурного наследия и угроза его разрушения или утраты, социокультурные противоречия между сельскими и городскими жителями. Присутствует отсутствие потребности у многих горожан в коммерческом агротуризме в виду наличия родственных связей с сельскими жителями. Следует учитывать своеобразную ментальность сельских жителей, их невосприимчивость к новым видам деятельности. Практика показывает, что многие жители сельских территорий не возьмут плату за жилье или предоставленные услуги. Оказывает сдерживающее влияние фактор спроса: в стране не отошли от села, ведь у каждого казахстанца найдется родственник, живущий в сельской местности.

Социально-демографические детерминанты. Они включают социальные и демографические характеристики, которые влияют на спрос на агротуристские услуги, а также на способность и готовность местного населения и агротуристов вовлекаться в агротуризм. В эту группу детерминант входят: уровень дохода сельского населения и потенциальных агротуристов; демографические характеристики (возраст, пол, семейное положение и др.); уровень образования и информированности о возможностях агротуризма; культурные и религиозные особенности; социокультурные ценности и традиции местного населения.

Современный рынок труда сельских территорий трудоизбыточный с сохранением нехватки квалифицированных кадров. Безработица на селе составляет в среднем 4-5 %, сравнение уровня безработицы в городской и сельской местности представлено в таблице 23.

Таблица 23 – Индикаторы уровня безработицы в городской и сельской местности Алматинской области [130]

Индикаторы уровня безработицы	Годы							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Уровень безработицы городского населения, %	5,3	5,3	5,3	5,2	5,1	5,2	5,2	5,0
Уровень безработицы сельского населения, %	5,0	4,8	4,7	4,7	4,6	4,8	4,8	4,7
Разница между уровнем безработицы городского и сельского населения, %	-0,3	-0,5	-0,6	-0,5	-0,5	-0,4	-0,4	-0,3

Данные таблицы 23 показывают, что хотя уровень безработицы в сельской местности сокращается, но, по-прежнему, он выше, чем у городского населения. Если сравнить данные по уровню безработицы Алматинской области и города Алматы, то можно увидеть, что в первом случае он выше. Кроме того, с учетом неформальной занятости (сельские жители зачастую не регистрируются в службах занятости) реальные цифры могут принимать

угрожающие значения из-за роста неформальной занятости. Трудоизбыточность сельского рынка труда, которая, хотя и выступает фактором, стимулирующим развитие альтернативной занятости, станет более острой, если рассматривать скрытые формы безработицы, связанные со снижением заработной платы.

Многие хозяйства в настоящее время содержат избыточные кадры, в том числе работников, которые имеют низкую квалификацию или вовсе ее не имеют. Это связано со следующими причинами: 1) неразвитость рынка труда и нехватка рабочих мест; 2) аграрное производство и сельскохозяйственная занятость остаются основными источниками доходов хозяйств; 3) любое увольнение влияет на материальное положение семей и социальную обстановку [131].

Значительную трудность составляет отток квалифицированных кадров в города с целью поиска лучших условий трудоустройства. Это связано, во-первых, с низким уровнем оплаты труда занятых в сельском хозяйстве (собственники сельхозпредприятий выплачивают работникам не заработную плату, а пособие по безработице), во-вторых, отсутствием перспектив в сельской местности. Избыточное предложение труда на селе и низкий уровень заработной платы на сельскохозяйственных предприятиях является стимулом и плацдармом для развития альтернативных форм занятости, в том числе вагротуризма. Развитие агротуризма позволяет сократить безработицу, осуществить диверсификацию источников дохода сельского населения, что способствует росту благосостояния, сохранению населенных пунктов в сельской местности и обеспечению устойчивого развития сельских территорий.

Рост уровня доходов жителей сельских территорий – важный стимул для притока специалистов. В 2023 году среднедушевой номинальный доход населения по Алматинской области составил 119 029 KZT. Он увеличился на 10,2 % по сравнению с предыдущим годом [130].

Экономико-институциональные детерминанты. В контексте развития агротуризма они представляют ключевые характеристики, которые влияют на его успешность и распространение в сельских районах. Экономические аспекты играют значительную роль в развитии агротуризма: 1) разнообразие источников дохода как важное условие для жизнеспособности сельских общин и дополнительного заработка фермеров и местных жителей; 2) доступ к инвестициям и финансированию как важное условие для развития инфраструктуры и услуг, делающих агротуризм привлекательным для туристов.

Институциональные факторы оказывают влияние на развитие агротуризма: законодательство, предоставляющее правовую и налоговую поддержку для агротуристских предприятий, может стимулировать их развитие; наличие подходящей инфраструктуры и программ обучения и консультаций для местных фермеров способствует повышению качества и разнообразия агротуристских предложений. Уровень развития сельского

хозяйства и туризма также влияет на успешность агротуризма. Наличие уникальных сельскохозяйственных объектов или туристской инфраструктуры может привлечь больше посетителей. Успешное развитие агротуризма зависит от эффективного сотрудничества в местном сообществе.

Стимулирующие и сдерживающие экономико-институциональные детерминанты развития агротуризма представлены в таблице 22. К сдерживающим факторам развития агротуризма на уровне следует отнести отсутствие четкой концепции. Отсутствует целостная политика в отношении развития данной альтернативной формы занятости на селе как совместной деятельности государственных, частных и общественных институтов, ориентированных на формирование и реализацию механизмов, методов и инструментов воздействия экономического, социального и правового характера в целях достижения устойчивого развития сельских территорий и удовлетворения внутреннего и внешнего спроса на туруслуги.

В Алматинской области ситуация довольно благоприятная, поскольку ГУ «Управление туризма Алматинской области» осуществляет адаптацию к внутренним условиям зарубежного опыта сельского туризма, при этом предлагаемые подходы находят отражение в региональных программных документах. За образец принимается практикуемая в европейских странах модель развития агротуристского сектора. На местном уровне предпринимаются попытки реализации агротуристских инвестиционных проектов и создания агротуристских хозяйств и микросетей. Однако концептуального оформления местные инициативы не получили.

Несмотря на имеющиеся примеры организации агротуризма, необходимо констатировать фактически полное отсутствие нормативно-правовой базы, которая регулировала бы данную сферу деятельности. В нормативных актах и программных документах отсутствует даже упоминание терминов «агротуризм» или «сельский туризм», равно как отсутствует специализированное законодательство. Имеется недостаток нормативов и стандартов в области туризма на сельских территориях как самостоятельного сектора туристической индустрии, а нормативы и стандарты, действующие в области, например, гостиничного бизнеса, не могут быть автоматически перенесены и адаптированы для агротуризма.

Отсутствуют подходы к поддержке агротуризма как специфической формы малой предпринимательской деятельности. Развитие агротуризма осуществляется преимущественно «снизу» (на уровне региональных и местных властей и на основе частной инициативы), в то время как координация «сверху» фактически отсутствует (нет общегосударственной концепции и целенаправленной политики развития, законодательно не определены категории «туризм на сельских территориях», «сельский туризм», «агротуризм» и др.). В тяжелых условиях находятся выходцы из сельской местности, которые имеют в избытке желание организовать собственный бизнес, однако не располагающие для этого достаточными финансовыми

средствами.

Важной проблемой развития агротуризма стало отсутствие финансовой, в том числе грантовой поддержки субъектов малого предпринимательства, которые заняты в сфере агротуризма. Несмотря на тот факт, что власти разрабатывают и принимают целевые программы, которые предусматривают субсидирование бизнеса на селе, на практике высокой эффективностью они не отличаются. Предоставляемых субсидий откровенно недостаточно и они не ориентированны на организацию полноценного туристского бизнеса на сельских территориях, а банковские структуры не могут в полной мере вовлекаться в кредитование деятельности, так как ее пока, по сути, и не существует во многих регионах. Практически полностью отсутствует хотя бы какая-то рекламно-информационная поддержка продуктов агротуризма, в том числе в средствах массовой информации.

Материально-технические детерминанты. Материальные и технические характеристики сельской территории Алматинской области играют существенную роль в развитии агротуризма как и деятельность сельскохозяйственных предприятий. Материально-техническая база выполняет роль стимулирующего фактора для развития агротуризма. Часть сельских жителей имеют возможности для размещения туристов в свободных или относительно свободных жилых помещениях. С другой стороны, нельзя не отметить слабую материальную базу сельских территорий. Значительное число сельских жителей, как правило, проживают в домах, построенных в довоенный период, а еще часть – в жилищах, которые были возведены в период 1944-1970 годы. Преимущественно жилые строения сооружены из дерева, не оснащены элементарными санитарными удобствами, что уменьшает возможность оказания услуг гостевого дома в соответствии с общепринятыми нормами и стандартами.

Следует упомянуть о неудовлетворительном состоянии объектов сельской туристской инфраструктуры. Большинство из них находится в аварийном состоянии. В тоже время хотя состояние дорог в Алматинской области, в сравнении с другими административными областями Казахстана характеризуется более благополучными показателями, до части хозяйств, которые готовы разместить у себя агротуристов, затруднительно добраться в силу отсутствия дорог хорошего качества. В Алматинской области хорошие условия для организации частного транспортного сообщения в сельской местности, поскольку на неё в 2021 году приходится до 16,7 % зарегистрированных легковых автомобилей и 7,4 % автобусов (включая индивидуальных владельцев) без учета Астаны, Алматы и Шымкента по данным Министерства внутренних дел Республики Казахстан [132]. Стимулирующие и сдерживающие материально-технические детерминанты развития агротуризма представлены в таблице 22.

Организационно-управленческие детерминанты. Важная проблема развития агротуризма в Алматинской области – стратегическое

планирование и управление. Важно определение целей, приоритетов и методов развития агротуризма на конкретной сельской местности, включая эффективное распределение финансовых и материальных ресурсов для достижения поставленных целей. Стимулирующие и сдерживающие организационно-управленческие детерминанты развития агротуризма представлены в таблице 22. Производство турпродукта в рамках агротуризма в сравнении с другими секторами туриндустрии, достаточно малозатратно и способно конкурировать по показателю «цена – качество» [133]. Поскольку основными клиентами агротуризма выступают семьи с детьми, для них привлекательна относительная дешевизна агротуров. Как отмечалось, эффективность агротуризма зависит от трех основных условий: наличие жилья для размещения агротуристов, организация досуга, предоставление питания. Развитие агротуризма успешно, если имеется возможность конкурировать с другими секторами туриндустрии. Это возможно в случае, если туруслуги будут дешевыми и качественными. Сегодня только дешевизна проживания способна заинтересовать в потреблении услуг агротуризма.

Сельские гостевые дома должны отвечать стандартам комфорта, а также обладать удобствами для проживания. С другой стороны, низкий уровень сервиса хозяйств, оказывающих услуги, не стимулирует развитие агротуризма. Не решенная проблема – это управление качеством и стандарты, включая безопасность, чистоту и экологическую устойчивость. Отсутствует анализ обратной связи от агротуристов и внедрение улучшений на основе полученных данных.

Создание партнерских отношений между фермерами, местными властями, туристскими агентствами, общественными организациями и другими участниками для совместной работы – второе важное условие успешного развития агротуризма. Это будет способствовать формированию сетей и ассоциаций для обмена опытом, ресурсами и лучшими практиками в области агротуризма, а также совершенствованию услуг и предлагаемых возможностей для агротуристов, включая разнообразие активностей и адаптацию к потребностям разных категорий агротуристов.

Важный организационно-управленческий детерминант развития агротуризма в Алматинской области – продвижение агротуристских продуктов и услуг на рынке с помощью разных каналов связи и рекламы для адаптации к разным сегментам рынка и целевым аудиториям. Одной из проблем стал недостаток информации об услугах агротуризма. Потенциальные потребители из городов недостаточно осведомлены об агротуризме и агротуристских хозяйствах в сельской местности Алматинской области. Отсутствие рекламы и информации, вместе с низким уровнем сервиса, являются сдерживающими факторами для развития агротуризма.

При существующих организационно-управленческих трудностях рынок агротуризма находится в процессе формирования. Анализ факторов, стимулирующих развитие агротуризма с позиции организационно-

управленческих детерминант показывает, что негативные факторы следует считать сдерживающими, но преодолимыми. Эффективное управление и организация играют решающую роль в создании благоприятной среды для развития агротуризма в Алматинской области, способствуя увеличению его конкурентоспособности и привлекательности.

Кадрово-технологические детерминанты. Развитие агротуризма тесно связано с рядом кадрово-технологических характеристик сельских территорий, которые определяют его успешность и эффективность. Наличие квалифицированных кадров, инновационных технологий, сельскохозяйственных практик, образования и цифровых платформ играет важную роль в формировании и развитии агротуристской индустрии. Кадровый аспект предусматривает наличие обученного персонала, способного организовать и провести широкий спектр агротуристских мероприятий, а также гарантировать достойный уровень обслуживания агротуристов. Инновационные технологии как автоматизация процессов сельского хозяйства, разработка мобильных приложений для бронирования и управления турпакетами, безналичная оплата посредством мобильных приложений, Интернет-эквайринг и электронных кошельков, способствуют повышению эффективности и привлекательности агротуристских предложений. Сельскохозяйственные практики и методы, включая сбалансированное и органическое земледелие, не только увеличивают качество сельскохозяйственной продукции, но и улучшают опыт агротуристов, предпочитающих экологически чистые продукты и сельскохозяйственные процессы. Важность развития инфраструктуры размещения и питания, а также приобретение оборудования для проведения агротуристских мероприятий, – неотъемлемая часть успешного агротуризма. Организация обучения местных жителей и фермеров по проблеме развития агротуризма влияет на повышение качества предоставляемых услуг и профессионализм в данной области. Применение Интернет и цифровых платформ для продвижения, бронирования и продажи агротуристских пакетов открывают обширные возможности для привлечения агротуристов и делают проще процессы планирования и организации поездки. Отмеченные кадрово-технологические аспекты развития агротуризма относятся к важным детерминантам, а их учет и улучшение содействуют формированию устойчивого и успешного регионального агротуристского комплекса.

3 ПЛАНИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В АЛМАТИНСКОЙ ОБЛАСТИ С УЧЕТОМ ВЫЯВЛЕННЫХ ДЕТЕРМИНАНТ

3.1 Прогнозирование спроса и потребительские предпочтения как базис развития агротуризма

В международной научной литературе дискуссия о развитии и функционировании агротуризма обширна [134]. В странах Центральной Азии, где происходят системные преобразования, этот вопрос все еще является новым. Переход постсоветских стран от командно-административной системы управления и централизованно-плановой экономики к рыночной, привел к глубоким структурным изменениям в экономической сфере и значительным социальным издержкам. Экономика по-прежнему основана в основном на добыче полезных ископаемых и сельском хозяйстве. Диверсификация факторов роста посредством развития индивидуального предпринимательства стала одной из основных задач, стоящих перед экономикой. По сравнению с правительствами стран Центральной и Восточной Европы в период между 1990 и 2000 годами страны Центральной Азии ищут факторы экономической активизации населения для развития секторов сельского хозяйства и сферы услуг, что напрямую связано с агротуризмом [103].

В Казахстане хорошо представлены проблемы, связанные с политическими и социально-экономическими преобразованиями. Агропромышленная специализация определяет зависимость национального бюджета от доходов по продаже сырьевой продукции [135]. Это заставило искать новые стимулы для социально-экономического развития. Среди приоритетов развития страны особое внимание акцентировано на сельских территориях и хозяйстве как особых драйверах устойчивого развития страны: «Экономический курс Справедливого Казахстана» (Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева Народу Казахстана от 01.09.2023 года); «Новый Казахстан: путь обновления и модернизации» (Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева Народу Казахстана от 16.03.2022 года); «Об утверждении Национального плана развития Республики Казахстан до 2025 года и признании утратившими силу некоторых указов Президента Республики Казахстан» (Указ Президента Республики Казахстан от 15.02.2018 года № 636); «Об утверждении Концепции развития малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан до 2030 года» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 27.04.2022 года № 250); «Об утверждении Концепции развития сельских территорий Республики Казахстан на 2023–2027 годы» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 28.03.2023 года № 270); «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 28.03.2023 года № 262); «Об утверждении Государственной программы развития регионов на 2020–2025 годы» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 27 декабря 2019 года № 990); Национальный проект

«Сильные регионы – драйвер развития страны» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 12.10.2021 года № 729); «О некоторых вопросах специальных экономических зон» (Постановление Правительства Республики Казахстан от 24 ноября 2017 года № 772) и др.

Неоднократно подчеркивалось, что необходимо не только диверсифицировать производство и повысить его эффективность, но и развивать обслуживающие секторы экономики. Развитие сельских территорий и продвижение сельской местности в качестве важного ресурса напрямую связано с агротуризмом и его возможностями. Опыт многих стран мира демонстрирует, что агроуристские услуги увеличивают занятость и доходы в сельской местности. Аргументы в пользу развития агротуризма нами обнаружены в странах с высоким уровнем его развития: Великобритания, США, Канада, Франция, Италия, Испания, Германия, Дания, Финляндия, Австрия, Болгария, Польша, Чехия, Литва, Греция, Китай, Япония, Шри-Ланка, Малайзия. Всемирная торговая организация подчеркивает важность правительственной политики развития туризма в качестве инструмента достижения социально-экономической устойчивости, улучшения качества жизни принимающих общин, сохранения благоприятных свойств окружающей среды [103].

Международный опыт показывает как развитие услуг агротуризма может быть основано на взаимно выгодном стимулировании спроса и предложения на рынке обслуживания населения. В разделе 2 было отмечено, что свой вклад в стимулирование спроса на агротуризм вносит прогрессирующая урбанизация. В конце XX века и начале XI века темпы роста городского населения превышали темпы роста сельского населения. На 01.01.2024 года удельный вес городского населения в стране достиг 62,2 %. По сравнению с 1990 годом он увеличился примерно на 24,5 % [136].

Потенциальный стимул для развития агротуризма – постепенное увеличение общего дохода жителей, особенно в городах. Среднедушевые номинальные денежные доходы населения увеличились с 15 787 KZT или 121,3 USD в 2005 году до 157 015 KZT или 340,9 USD в 2022 году [136]. Средний доход казахстанцев находится на более высоком уровне, чем жителей других стран Центрально-Азиатского региона, несмотря на последствия экономического спада в 2014–2015 годах и высокую инфляцию на уровне 14,5 % [137]. Индивидуальное потребление растет в крупнейших городах как Астана, Алматы и Шымкент, где средний размер заработной платы значительно выше средней заработной платы по стране [136].

Обширные сельские территории с многочисленными туристско-рекреационными ресурсами – дополнительный благоприятный фактор для развития агротуризма. Другой фактор – рост количества семейных хозяйств. В результате проводимой государством политики их численность растет с 1990-х годов. Если в 2005 году имелось 156 978 КХ и ФХ, то в 2023 году их было уже 248 602, т.е. произошло увеличение на 91 624 единицы [136]. Точное количество сельских хозяйств, предоставляющих услуги размещения и питания

для агротуристов, неизвестно. По косвенным признакам можно приблизительно подсчитать, что количество объектов агротуризма по стране достигло более 1000. Наиболее динамичное развитие агротуризма происходит в Алматинской области по данным Ердавлетова С.Р., Алиевой Ж.Н. и Актымбаевой А.С.: около 355 объектов в 2017 году [101]. Сектора экотуризма и агротуризма в Алматинской области развиваются более быстрыми темпами в сравнении с другими. Развитие происходит стихийно и хаотично, без стандартизации и категоризации услуг агротуризма.

Научные дискуссии о прогнозировании спроса и потребительских предпочтениях как базисе развития агротуризма сосредоточены на интервьюировании и географической оценке сельских территорий Wojciechowska J. и Uaisowa A. [138], Шакен А.Ш., Байбуриев Р.М., Плохих Р.В. [139], Ердавлетов С.Р., Алиева Ж.Н. и Актымбаева А.С. [101], Ердавлетов С.Р., Искакова К.А. и др. [140], Плохих Р.В. [141], Актымбаева А.С. и др. [142], Ердавлетов С.Р. и др. [143], Шакен А.Ш. и Плохих Р.В. [63], Шакен А.Ш. [144]. Ряд подходов указывает на ожидаемые экономические и социальные выгоды от развития агротуризма для сельских и городских жителей Ердавлетов С.Р. и Кошкимбаева У.Т. [145], Ердавлетов С.Р. и Кошкимбаева У.Т. [146], Ердавлетов С.Р. и Кошкимбаева У.Т. [147], Темирбулатова М.А. [148], Давлетов М.Т., Турсумбаев М.Ж. [149], Ердавлетов С.Р. и др. [150], Зиядин С.Т. и Блембаева А.Н. [151], Сартанова Н.Т., Сартанова Е.Т. [152], Тлеубаева А., Секен А. [153]. Только единичные исследования рынка агротуризма уделяют внимание отдельным детерминантам его развития и рассматривают их влияние Kenebayeva A.S., Syzdykbayeva B.U. [154], Kenebayeva A.S. [116].

Поскольку вопросы активизации агротуризма и развития рынка агротуристских услуг на основе изучения детерминант являются новыми для Казахстана, большая часть научной литературы посвящена теоретическим основам анализа и определению терминологии. Значение понятия «агротуризм» в большинстве случаев имеет аналогичный или идентичный смысл понятию «сельский туризм» Темирбулатова М.А. [38], Ердавлетов С.Р. и Кошкимбаева У.Т. [62], Shaken A.S. и Plokhikh R.V. [155]. Подобная путаница имеется в научных публикациях стран Европы и других макрорегионов мира Pirozhnik I. [156], Blazhevich I. [157]. Только недавно казахские ученые начали трактовать агротуризм как вид туризма, имеющий наибольшую специализацию в цепочке понятий от общего – «туризм на сельских территориях», до более частного – «сельский туризм», при описании представлений об агротуристских услугах КХ и ФХ в сельской местности [158].

Контентный анализ научных публикаций показал отсутствие отечественных исследований, связанных с выявлением детерминант агротуризма в контексте прогнозирования спроса и потребительских предпочтений, поэтому институционально-правовые проблемы его развития остаются нерешенными. Прямое развитие какой-либо из имеющихся моделей агротуризма, в РК или его административно-территориальных единицах, невозможно без адаптационной деятельности и учета местной специфики.

В свете прогнозирования спроса и потребительских предпочтений как базиса развития агротуризма возникает еще один вопрос: могут ли постепенное увеличение благосостояния населения, численности городских жителей и другие косвенные факторы способствовать внутреннему спросу на отдых в сельской местности? Ответ важен не только для правильной формулировки стратегических целей агротуризма, но и для построения систем его поддержки в разных сферах сельских районов Алматинской области: природно-экологической, культурно-исторической, социально-демографической, экономико-институциональной, материально-технической, организационно-управленческой, кадрово-технологической.

С целью определения спроса и потребительских предпочтений как базиса развития агротуризма в 2018 году проведен качественный диагностический структурированный онлайн-опрос 577 респондентов городов Алматы и Астана. Он был ориентирован на понимание глубоких мотиваций, ценностей и убеждений респондентов, выявление особенностей в понимании агротуризма как явления, а также определение общественного мнения в отношении агротуризма. Опрос проведен с использованием специально разработанной анкеты. Она содержит 25 вопросов, упорядоченных согласно следующим разделам: понимание туристской деятельности респондентами; предпочитаемые формы туристских поездок, знания и интерес к туристским пакетам в сельской местности, включая агротуризм; затраты, которые связаны с отдыхом в сельской местности (Приложение Б). Доступ к анкете респонденты получали онлайн. Анализ результатов систематизирован в виде перекрестных таблиц и матриц распределений ответов респондентов.

В составе выборки представлены 64 % женщин и 46 % мужчин (таблица 24).

Таблица 24 – Характеристика респондентов [составлено автором]

Пол		Возраст		Образование		Сфера деятельности		Месячный доход	
М / Ж	%	годы	%	уровень	%	занятость	%	KZT	%
Ж	64	18-24	38	среднее	9	государственные служащие	29	менее 50 000	26
		25-34	29			домохозяйка	2	50 000-75 000	4
		М	46	35-44	19	бакалавр	52	частный сектор	31
магистр	39					пенсионеры	2	более 100 000	42
				самозанятые	9	100 KZT = 0,2603 USD (01.2019)			
				студент	26				
безработные	1								

Большинство – молодые люди в возрасте от 18 до 34 лет (69 %). Участниками были хорошо образованные люди, имеющие степень бакалавра и выше – 91 %, работающие – 69 %. Студенты составили 26 % опрошенных респондентов. Согласно месячному доходу, наибольшую долю тестовой выборки в 42 % составили люди, чей доход превысил 100 000 KZT в месяц (260,3 USD). Для сравнения, среднемесячная заработная плата в январе

2019 года в Казахстане составила 166 111 KZT (432,9 USD) [137].

Большинство респондентов отдыхают только один раз в год (64 %). Каждый третий человек, принявший участие в опросе, брал отпуск два или более раз в год. Чаще всего, респонденты проводили один месяц (47 %) или две недели (23 %) в отпуске. Когда речь шла о турпоездках, подавляющее большинство респондентов указали только один раз в год (83 %). В основном это внутренние туристские поездки (53 %) или смешанные поездки – внутренние и зарубежные (33 %).

Туристская активность респондентов типичная для рекреационного туризма: поездки на море (45 %) и осмотр достопримечательностей (17 %) (таблица 25). До 41 % респондентов охарактеризовали свою отпускную деятельность как комбинацию разных видов туристско-рекреационной активности. Небольшая группа опрошенных людей организует поездки на выходные (15 %). Небольшое количество людей (3 % респондентов) едут в сельскую местность во время каникул.

Таблица 25 – Туристские предпочтения респондентов в выходные дни и период отпуска [составлено автором]

Категории	Количество ответов	Удельный вес, %
Пляжный туризм	261	45
Сочетание разных видов туризма	236	41
Экскурсионный туризм	98	17
Туры выходного дня	84	15
Спортивный туризм	32	6
Экотуризм	26	5
Агротуризм	16	3
Городской туризм	5	1
Горный туризм	4	1

Опрос показал низкое признание агротуризма как формы кратковременного отдыха и вида туризма среди респондентов. До 49 % из них никогда не слышали об этом виде туризма. Это значимый вывод, учитывая, что значительный процент респондентов имеют высшее образование. Среди людей, которые сталкивались с понятием «агротуризм», большинство слышали о нем (69 %). Относительно мало респондентов выразили реальную заинтересованность в агротуризме: хотели бы участвовать агротуре только 16 % респондентов.

Недостаток знаний респондентов об агротуризме – фактор, влияющий на оценку привлекательности этого вида туризма (таблица 26). Чуть более половины респондентов (53 %) считают сельский туризм привлекательным способом провести свободное время; 29 % респондентов затруднились дать однозначную оценку. Для 18 % респондентов агротуризм совсем не привлекателен.

Таблица 26 – Социальная узнаваемость и привлекательность агротуризма среди респондентов [составлено автором]

Перекрестный вопрос 2		Перекрестный вопрос 1					
		Привлекает ли Вас агротуризм?, %					
		нет	скорее нет, чем да	затрудняюсь ответить	скорее да, чем нет	да	всего
Слышали ли Вы об агротуризме Казахстана?, %	нет	5	6	21	11	6	49
	да	2	6	8	16	20	51
	всего	7	11	29	27	26	100

59 % респондентов согласились с утверждением, что им будет интересно провести отпуск в сельской местности. В этой группе большинство (66 %) заявили, что агротуризм представляет привлекательный вариант для поездки. Эта группа не была однородной в демографическом отношении, что свидетельствует о том, что на оценки и мнения респондентов влияют индивидуальные предпочтения. Анализируя распределение ответов респондентов, агрегированных в таблице 27, следует подчеркнуть, что эти заявления носят декларативный характер.

Таблица 27 – Оценка агротуризма в контексте участия в сельском туризме респондентов [составлено автором]

Перекрестный вопрос 2		Перекрестный вопрос 1					
		Желаете ли Вы проводить отпускное / каникулярное время в сельской местности?, %					
		нет	скорее нет, чем да	затрудняюсь ответить	скорее да, чем нет	да	всего
Привлекает ли Вас агротуризм?, %	нет	3	1	1	1	2	7
	скорее нет, чем да	2	5	1	1	2	11
	затрудняюсь ответить	4	5	7	5	8	29
	скорее да, чем нет	2	2	4	11	8	27
	да	2	1	1	3	19	26
	всего	13	14	14	21	38	100

Исследователи проявили осторожность при оценке социального восприятия привлекательности агротуризма, поскольку до 45 % респондентов не учитывают агротуризм во время отдыха в сельской местности.

Социальное восприятие ценностей, предлагаемых агротуризмом, было в основном связано с чистым воздухом, а также с органическими и натуральными продуктами питания для большинства респондентов (72 %) (таблица 28).

Таблица 28 – Ценности агротуризма в мнениях и убеждениях респондентов [составлено автором]

Ценности агротуризма: «Определите основную причину выбора агротура?»	Количество ответов	Удельный вес, %
Чистый воздух, тишина и экологически чистые, натуральные продукты питания	414	72
Ощущение близости и единения с природой	156	27
Спокойствие и размеренность сельской жизни	144	25
Получение новых впечатлений и знаний о сельских жизни и быте	134	23
Комфортные домашние условия проживания	68	12
Другое	2	1

Значительно меньше людей связывают агротуризм с опытом близости или единения с природой (27 %), мирной жизнью в сельской местности (25 %) или изучением сельского образа жизни (23 %). На этом этапе необходимо определить, можно ли считать эти ценности основными факторами в выборе агротуризма как вида туризма потенциальными клиентами или, скорее, в качестве мета-признаков, которые создадут контекст для индивидуального процесса принятия решений, обусловлено другими специфическими факторами. Список ценностей, из которых туристы могут извлечь выгоду, участвуя в агротуризме, представлен в таблице 29.

Дополнительные оценки, агрегированные в таблице 29, одна из которых или их комбинация могут доказать решающий фактор для социального выбора и будущего развития агротуризма, вытекают из ответов респондентов. К ним относятся: ванная комната и туалет в доме (59 %), а также тот факт, что 27 % респондентов ожидают размещения в отдельном сельском доме. Важную роль играет наличие бани, сауны и др. (29 %), а также доступность мобильной связи и Интернет (34 %). Последнее не только свидетельствует о необходимости доступа к информации в период отдыха, но и обеспечивает субъективное чувство безопасности для агротуристов.

Туристы высоко ценят возможность потреблять органические продукты (51 %), местные блюда и сельскохозяйственные продукты, предлагаемые фермерами (46 %). Необходимость попробовать продукты с признанными полезными свойствами для здоровья и терапевтическими преимуществами подчеркивается в заявлениях (34 %).

Для некоторых респондентов восприятие агротуризма связано с активным отдыхом. Среди возможностей проведения досуга в сельской местности респонденты отметили: экскурсии (28 %), охоту и рыбалку (15 %) и др.

Таблица 29 – Предпочтения и ожидания респондентов в отношении агротуристских услуг [составлено автором]

Предпочтения и ожидания: «Какие удобства будут важны для Вас?»	Количество ответов	Удельный вес, %
Удобства		
Ванная комната и туалет в доме	337	59
Доступность сотовой связи и Интернет	196	34
Сельская баня, сауна и др.	167	29
Проживание в отдельном сельском доме	155	27
Зона для пикника	100	17
Наличие вблизи продуктового магазина	82	14
Возможность использования банковской карты для оплаты	51	9
Место для парковки автомашины	19	3
Специальная инфраструктура (для лиц с ограниченными возможностями)	16	3
Питание		
Питание экологически чистыми продуктами	294	51
Сельская домашняя еда	266	46
Продукты для оздоровления (кумыс, шубат, мед и др.)	194	34
Знакомство с особенностями национальной кухни	88	15
Туристско-рекреационная активность		
Экскурсии	162	28
Охота и рыбалка	87	15
Катание на лодках	66	12
Наблюдение и участие в народных обрядах	47	8
Приобретение навыков народного ремесла	39	7
Работа в огороде и саду	36	6
Спорт	36	6
Участие в уходе за домашним скотом	22	4
Катание на лошадях	3	1
Другое	3	1

Определенно, не многие люди признают ценности, связанные с участием в обычных сельскохозяйственных работах, как выпас животных или садоводство. Аналогичным образом, респонденты выразили низкий интерес к изучению местных культурных традиций и ремесел.

В экономическом плане социальная ценность агротуризма может определяться готовностью потенциальных потребителей платить за его продукт (предоставляемые услуги). В таблице 30 представлено процентное распределение ответов на вопрос: «Сколько вы готовы заплатить за одну ночь пребывания на ферме агротуризма?». Большинство респондентов (61 %) готовы потратить не более 10 000 KZT за ночь (~26 USD). Хотя приблизительная стоимость затрат, которые респонденты готовы платить за пребывание в агротуристском хозяйстве, составляет от 10 000 до 11 000 KZT за ночь (26–29 USD). По-прежнему, это относительно высокая цена по отношению к среднемесячным доходам казахстанцев.

Таблица 30 – Готовность платить за однодневное пребывание в агротуристском хозяйстве [составлено автором]

Денежная сумма, KZT	Количество ответов	Удельный вес, %
менее 5 000	106	18
5 000-10 000	247	43
10 001-16 000	107	19
16 001-22 000	53	9
более 22 000	64	11
Всего	577	100

Представленные материалы опроса проливают свет на социальный интерес и спрос на агротуризм среди жителей крупнейших городов Казахстана, один из которых, близок к сельским территориям Алматинской области. Одним из основных вопросов, возникающих в результате, является следующий: несмотря на относительно высокую туристскую активность, заявленную респондентами, небольшое их число испытывало опыт и понимает специфику агротуризма как вида туризма. Этот вывод имеет влияние на дальнейшее обсуждение роли агротуризма как фактора социально-экономических изменений в сельских районах. Кейс описывает начальную стадию развития внутреннего рынка агротуризма. Оптимистично, что в ходе опроса выявлена группа респондентов, которые считают сельские районы привлекательными для отдыха и туризма.

Тот факт, что отпускное и каникулярное время сильно ограничено летним сезоном, представляет серьезную проблему для развития круглогодичного агротуризма. Поскольку деятельность по агротуризму ограничена одним сезоном, возникает вопрос: будет ли отдых в сельской местности достаточно привлекательным, чтобы конкурировать с отдыхом на море или за границей? Редкая агротуристская активность среди горожан в выходные дни также проблематична. Рекреационный туризм выходного дня – это устоявшаяся и важная составляющая современного внутреннего туристского рынка. В тоже время в странах ЕС, например, Польше, коммерческий туризм в выходные и праздничные дни является чрезвычайно важной движущей силой для спроса на размещение в небольших семейных туристских предприятиях в сельской местности, включая агротуристские хозяйства [104].

Мнения респондентов четко показывают, в каком направлении должно развиваться хозяйство, заинтересованное в агротуристских услугах. Основным вопросом, который подчеркивается в исследовании, является ожидание удовлетворительного уровня услуг по размещению в сельской местности среди потенциальных агротуристов. Качество услуг размещения в агротуристских хозяйствах, а также состояние технической и санитарной инфраструктуры во многих случаях отклоняются от стандартов, имеющихся в городах. Все больше казахстанцев повышают ожидания в отношении высококлассных туристских услуг, предоставляемых в стране, неоднократно участвуя в зарубежных туристских поездках. Растущий разрыв между ожиданиями и уровнем предоставляемых агротуристских услуг, несомненно, станет серьезным

препятствием для внутреннего спроса на агротуризм.

Стоит подчеркнуть, что почти каждый третий респондент ожидает ночлега в отдельном доме агротуристского хозяйства. Преодоление психологических барьеров на пути к разделению жилой площади между гостями и хозяевами является чрезвычайно серьезной проблемой в индустрии гостеприимства сельской местности. Эти барьеры обнаруживаются в обеих группах – у агротуристов и потенциальных поставщиков жилья (ФХ и КХ). Опыт стран с развитым агротуризмом показывает, что психологические барьеры и ограничения, а также отсутствие стандартов гостеприимства становятся непреодолимыми препятствиями в процессе агротуристской активации сельскохозяйственных территорий без туристских традиций.

Развитие услуг агротуризма связано с предложением гостям традиционных продуктов питания и сельскохозяйственных продуктов с признанными свойствами вкуса, здоровья и косметической пользы. Это относится в основном к традиционным продуктам на основе конского и верблюжьего молока (кымыз и шубат), домашним сладостям, а также к меду и мясным продуктам. Предоставление агротуристам питания на основе местной сельскохозяйственной продукции является неотъемлемым компонентом пакета агротуризма в мировом опыте, но в случае Казахстана этот вопрос имеет особое и особенное значение. Среди ожиданий потенциальных агротуристов большой акцент делается на аспект здоровья продуктов, чем, например, в Польше, где ожидания гостей имеют тенденцию склоняться к простой дегустации местных блюд. Казахстанские потенциальные агротуристы ожидают встретить традиционные продукты с целебными свойствами, которые получены непосредственно в хозяйстве. Практика использования натуральных продуктов и методов лечения сильна и может быть дополнительным детерминантом развития агротуризма. Она глубоко укоренена в традициях и культуре не только казахов, но и других азиатских народов.

Высоко перспективная социально ожидаемая услуга агротуризма, которая, по-видимому, также основана на культурных особенностях, – агротуры с включением только охоты и рыбалки, а не иной активной, в том числе, спортивной деятельности. В этом контексте небольшой интерес к верховой езде среди респондентов вызывает недоумение, хотя можно предположить, что верховая езда рассматривается как часть охоты, а не спортивной деятельности. Малый интерес потенциальных агротуристов к участию в типичных сельскохозяйственных мероприятиях и контакту с домашним хозяйством и его продукцией, весьма интересен. Во всех моделях развития агротуризма – это чрезвычайно важные составляющие агротуризма. Для внутреннего рынка агротуризма эти виды активностей могут быть включены в состав агротура, но не следует ожидать, что они будут высоко аттрактивными детерминантами.

При обсуждении детерминант спроса на услуги агротуризма также необходимо учитывать влияние большой удаленности, роль которой, значительно выше в сравнении с урбанизированными территориями стран ЕС. Значительные пространственные расстояния, которые должны преодолеть

местные агротуристы, могут оказать существенное влияние на их поведение и выбор. Во многих случаях, сильно дисперсное распределение сельских населенных пунктов по огромной территории и, соответственно, большие расстояния между ними, увеличивают стоимость и время, необходимые для предоставления услуг агротуризма городским жителям. Более тщательный анализ пространственного расположения хозяйств показывает, что агротуристские объекты лучше развиваются в пригородных зонах городов Алматы, Конаев и новой Алатауской селитебной зоны. Хотя они действуют под эгидой «агротуризма», специализируются больше на производстве и продаже сельскохозяйственной продукции для гостей и аренде помещений в период отдыха. Краткосрочный отдых связан с бизнес-моделью агротуризма, которая генерирует спрос именно на такие услуги.

Проблема влияния пространственной дистанции на развитие агротуризма гораздо шире и затрагивает другие важные вопросы: распространение инноваций в сфере услуг; передачу знаний (ноу-хау); трансакционные издержки в агротуристской деятельности; построение сети сотрудничества между стейкхолдерами; создание институциональной поддержки, консультационных и организационных сетей агротуристского бизнеса. Расположение и расстояние значительно влияют на привлекательность и доступность агротуристских услуг для иностранных туристов. Это чрезвычайно важный вопрос, который требует отдельного исследования и широкого обсуждения.

Агротуристская деятельность отражает уровень благосостояния общества в целом. В этом контексте заявления потенциальных агротуристов о размере денежных средств, который они готовы платить за агротуризм, ставят дополнительные вопросы. Учитывая средний размер заработка, который близок к средней заработной плате в развитых странах, статистически жители казахстанских городов готовы потратить относительно немного на отдых в агротуристских хозяйствах. В случае «растущих» туристских рынков цена услуг обычно является основным и решающим регулятором выбора потребителей в туризме. Чтобы определить причину, по которой некоторые жители исследуемых городов готовы тратить преимущественно только до 20 000 KZT за ночь (~55 USD) за пребывание в агротуристском хозяйстве, необходимы дальнейшие углубленные исследования процесса принятия решений для детального выявления причин, которые важны для потенциальных клиентов при оценке стоимости агротуризма.

В дискуссии об активизации агротуризма и его ожидаемых и стратегических функциях нельзя игнорировать факт, что значительная часть городского сообщества обладает постаграрными особенностями. Будучи мигрантами из сельской местности в города или потомками первых мигрантов, городские жители, по-прежнему, поддерживают тесные семейные и социальные отношения с жителями сельской местности. Периодические посещения семьи и друзей в сельской местности являются частью их миграционной активности в течение года, а в социальном плане она не считается «агротуристской». В этом контексте возникает вопрос: если и в какой степени городские жители будут

заинтересованы в использовании преимуществ сельской местности для отдыха на коммерческой основе, если они все равно будут использовать одни и те же активы в некоммерческой форме? Более того, возникает еще один вопрос: существует ли в городском сообществе какая-либо социальная группа, для которой характеристики и ценности сельской местности настолько мало известны, что они могут стать источником мотивации для посещения агротуристских хозяйств? И, также: если и когда эта группа будет достаточно значительной, чтобы создать постоянный внутренний спрос на агротуризм? Однако в рамках выполненного исследования сложно ответить на поставленные вопросы.

Богатый туристско-рекреационный потенциал сельских районов недостаточен для развития агротуризма как особой категории сельского туризма: агротуризм, понимаемый как предоставление туристских услуг действующими хозяйствами. Необходимо активизировать детерминанты агротуристского спроса, которые в свете исследования в настоящее время находятся в процессе постепенного развития. Интересы казахстанцев в использовании агротуристских хозяйств ограничены, несмотря на заявленное общее позитивное отношение к агротуризму.

Ожидания потенциальных казахстанских туристов в отношении агротуризма ориентированы, прежде всего, на качество услуг размещения и субъективно приемлемый уровень проживания, а также санитарные условия в хозяйствах, предоставляющих услуги. В частности, ожидания агротуристов сосредоточиться на возможности использования натуральных продуктов с лечебными и косметическими свойствами, а также пользы для здоровья. Предложения по активным формам организации досуга имеют менее важное значение. Возможность участвовать в сельскохозяйственной деятельности или узнать о ценностях сельской культуры и образа жизни вызывает заинтересованность у относительно небольшой группы городских жителей.

В свете исследования, основу для разработки казахстанской модели агротуризма можно определить согласно ее уникальным чертам из синергии трех компонентов агротуристского обслуживания: а) «здоровье», созданное на основе натуральных сельскохозяйственных продуктов с признанными лекарственными и иными ценными свойствами; б) «экологичность», основанная на эстетических ценностях и качестве природной среды; с) «культурная аутентичность», использующая ценности и разнообразие традиционных форм гостеприимства этнических групп, которые могут адаптироваться к правилам и принципам стандартизированных агротуристских услуг [159, 160].

В контексте стратегических планов по экономической активизации сельских районов Алматинской области необходима скоординированная пропаганда агротуризма, которая будет способствовать увеличению объема средств, перемещаемых в результате туристской миграции в сельские районы, которые осуществляются на национальном уровне. Эти действия должны, с одной стороны, учитывать низкое признание этого вида туризма в

казахстанском обществе, а с другой стороны, создать систему поддержки хозяйств, которые занимаются агротуристской деятельностью или заинтересованы в ее развитии. Необходимо активизировать и расширить научные исследования в области детерминант развития сельского туризма с позиции широкого понимания. На этом этапе стоит умерить ожидания в отношении агротуризма как фактора местного развития. Опыт некоторых сельских европейских регионов без туристских традиций, например, в восточной части Польши демонстрирует, что агротуризм не стал средством решения структурных социально-экономических проблем развития [161, 135]. Это происходило несмотря на многолетние усилия со стороны государственных учреждений, местных органов власти и неправительственных организаций в процессе длительной по времени активизации туризма в сельской местности, включая агротуризм.

3.2 Рекомендуемый зарубежный опыт развития агротуризма с учетом специфики территории

Алматинская область обладает разного вида особенностями, создающими предпосылки для развития агротуризма. Хотя активно стало использоваться понятие «агротуризм», на практике не существует нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность в этой сфере. Главный национальный документ, где упоминается агротуризм, – это «Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2029 года»: «Принцип занятия агротуризмом заключается в привлечении туристов в села (сельскохозяйственные земли) и оказание им услуг, как например, знакомство с сельскохозяйственной деятельностью, проведение мастер-классов, демонстрация и дегустация продукции и др., а также реализации им производимой продукции. В этой связи будут приняты меры по: 1) развитию МИО агротуристских объектов в сельской местности: полевые исследования с выездом в регионы, где будет осуществляться поиск и выявление перспективных точек и инициативных групп, готовых развивать агротуризм; 2) проведению обучающих мероприятий для сельских жителей в регионах Казахстана. Во время вводных курсов сельские жители смогут получить информацию об услугах, которые можно оказывать туристам в селах, о способах привлечения клиентов и др.; 3) составлению и ведению реестра субъектов, оказывающих услуги в агротуризме, привлечению инвестиций в регионы, улучшению инфраструктуры сел и развитию брендинга территории; 4) совершенствованию законодательства в части предоставления возможности фермерам заниматься агротуризмом на землях сельскохозяйственного назначения. Развитие данной меры будет способствовать повышению уровня благосостояния сельских территорий путем обеспечения дополнительной занятости сельского населения (в среднем по 2,2 тысячи в год или 1 % от всех фермерских и крестьянских хозяйств)» [98].

Агротуристская деятельность не регламентирована на законодательном уровне, что становится главным барьером для начала и ведения бизнеса. Необходимо узаконить статус агротуризма как вида экономической

деятельности, который включает как прямую деятельность по приему и размещению гостей в сельском гостевом доме, так и деятельность по реализации агротуристам продуктов сельского хозяйства, сувениров, агроразвлечений и др., осуществляемую на территории агротуристских хозяйств и прилегающих территориях. Казахстанская ассоциация агро и сельского туризма добивается сотрудничества и совместной работы с Министерством сельского хозяйства РК, предлагает внести агротуризм в качестве сервисной деятельности в сельском хозяйстве, упростить возможности для строительства объектов для приема и обслуживания агротуристов (размещения, питания, частные музеи и др.) на землях сельскохозяйственного назначения для улучшения доходности от основной сельскохозяйственной деятельности, повышения продаж продукции и получения несельскохозяйственных источников дохода. Успешное внедрение практик ведения агротуристского бизнеса требует интеграции и вовлечения сельских сообществ, агротуристских структур, государственных органов и некоммерческих организаций [116].

В таблице 31 представлены примеры организации регулирования агротуризма на местном и государственном уровнях в некоторых странах, который применим с адаптацией для разработки организационной структуры управления агротуризмом в Алматинской области.

Таблица 31 – Организация регулирования агротуризма на местном и государственном уровнях в некоторых странах [составлено автором]

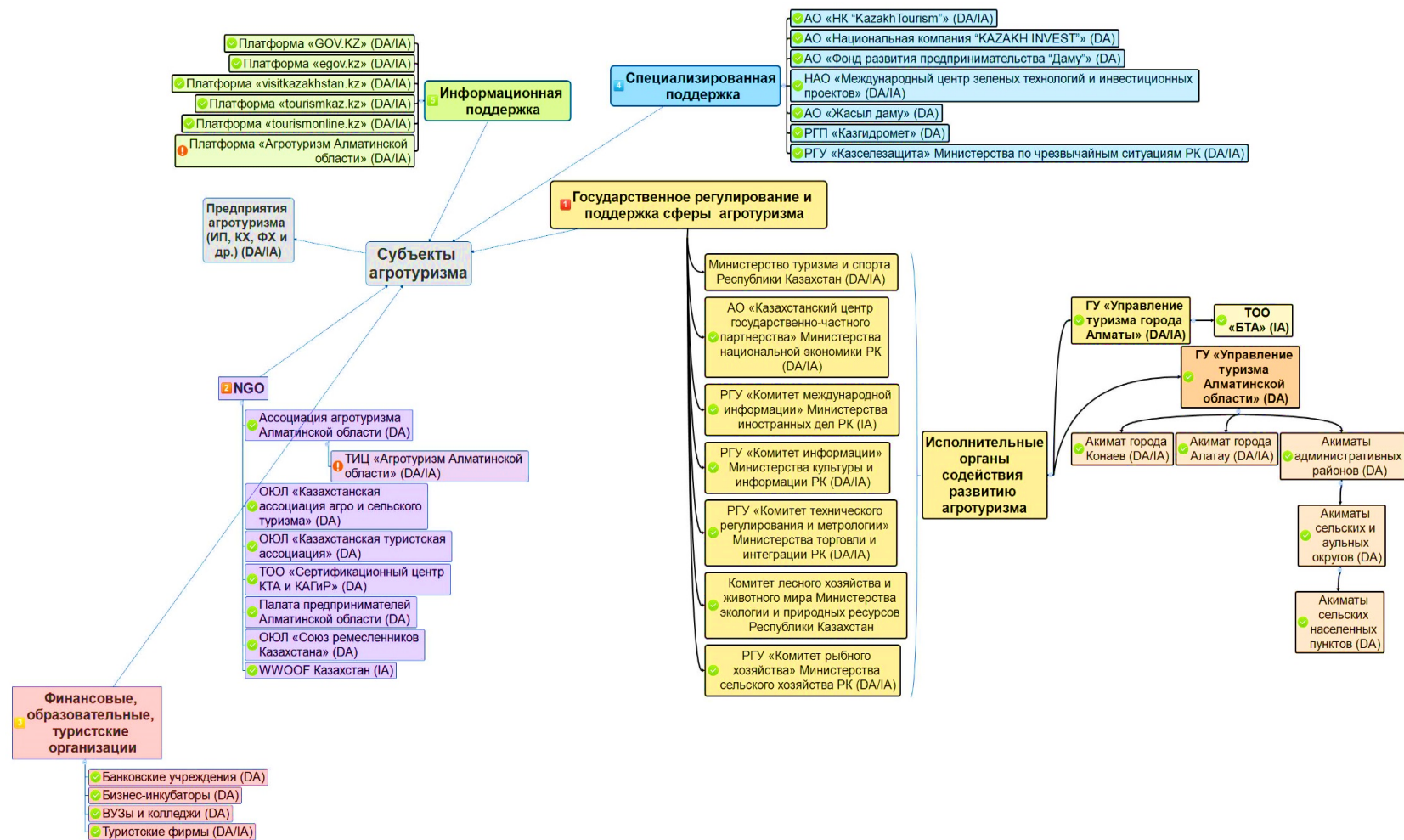
Страны	Специфика организации регулирования агротуризма
1	2
Польша	Министерство сельского хозяйства и развития села выполняет организационную и финансовую поддержку. Польская федерация сельского туризма регулирует систему классификации. Сельскохозяйственный консультативный центр выполняет информационную поддержку агротуризма.
Австрия	Министерство торговли и реконструкции, как и Министерство сельского и лесного хозяйства, выполняет финансирование структур по приёму в сельской местности. Австрийская ассоциация местных сообществ (Gemeidebund) рассматривает запросы сельских местностей, желающих стать туристской деревней для отдыха или сельским курортом, тщательно изучает возможности, как правило, посещая сельскую местность, соблюдая многие критерии, способствующие приобретению сельскими местностями статуса туристских мест отдыха или курортов.
Франция	Генеральная ассоциация туристских деревень (Tourisme en Espace Rural) основана в 1970 году, в состав входит 400 деревень со 150 000 местами размещения. Государственная федерация французских пансионеров (Federation Nationale des Gotes des France) содействует экономическому, социальному и культурному развитию сельского туризма, участвует в создании, развитии сельского жилья для использования в туристских целях. Французская организация сельского туризма «Clconfort» имеет собственную систему, позволяющую сертифицировать сельские жилища, руководствуясь определёнными критериями.

Продолжение таблицы 31

1	2
Италия	Закон № 96 «О агротуризме» от 06.11.2006 года введен с целью развития туризма на сельскохозяйственных предприятиях, сохранения сельской местности и культурного наследия страны. Terra Nostra – национальная ассоциация, объединяющая 18 региональных и 96 провинциальных ассоциаций, содействует развитию сельского туризма, поддерживает местные инициативы, публикует путеводители, проводит обучение, тренинги по агротуризму. Turismo Verde – ассоциация, поддерживающая начинающих предпринимателей в сфере агротуризма; развит информационный сервис для предпринимателей, желающих начать бизнес агротуризма. Agriturismo – член EuroGites, старейшая ассоциация сельского туризма в Италии, созданная в 1965 году, поддерживает более 200 фермерских хозяйств.
Латвия	Министерство земледелия разрабатывает политику в области сельского хозяйства, лесного хозяйства и рыболовства, организует и координирует ее реализацию. Латвийский центр сельских консультаций и образования предоставляет сельским предпринимателям, организациям и жителям консультации и услуги по планированию отраслевых производственных процессов, бухгалтерского учета и бизнеса, а также осуществление исследований, обучения и информирования. Ассоциация сельского туризма «Сельский путешественник» («Lauku ceļotājs») профессиональная ассоциация сельского туризма, основанная в 1993 году и объединяющая около 330 членов – хозяев предприятий в сельской местности по Латвии. Латвийская ассоциация кемпингов объединяет действующие в Латвии кемпинги, которые отвечают стандартам, установленным ЕС. ЕС желает гарантировать клиентам качественные услуги в кемпингах. Государственное агентство по развитию туризма (http://www.tava.gov.lv/) входит в состав Латвийского агентства инвестиций и развития (LIAA); задачей является реализация национальной туристской политики, основными целями являются развитие латвийских туристских продуктов и услуг, содействие международному признанию Латвии, популяризация Латвии как привлекательного туристского направления и повышение конкурентоспособности туризма.

В Казахстане отсутствует распределение компетенций между разными ведомствами по регулированию агротуризма. С одной стороны, это хорошо, так как излишнее регулирование может убить зарождающуюся отрасль. С другой стороны, непонятно, откуда ждать поддержку. Агротуризм не должен развиваться хаотично. Наблюдается сильная разобщенность участников, что затормаживает развитие агротуризма.

На основе анализа зарубежного опыта предлагается система организации управления развитием агротуризма Алматинской области, которая включает ряд стейкхолдеров: уполномоченные государственные органы, банки и финансовые организации, ассоциации туризма, туристские фирмы, органы местного самоуправления (рисунок 22). Разработанный подход учитывает государственный и местный уровни организации и управления, как свидетельство комплексности стимулирования развития агротуризма. Каждый из стейкхолдеров в зависимости от полномочий и функций должен решать организационные, финансовые, информационные, маркетинговые, исследовательские и другие задачи.



Условные обозначения:

1 , **2** , **3** , **4** , **5** – компоненты системы управления; – существующие компоненты; – рекомендуемые компоненты; NGO – Non-Governmental Organizations (некоммерческие общественные организации); DA – Domestic agritourism (внутренние вопросы агротуризма); IA – Incoming agritourism (вопросы въездного агротуризма).

Рисунок 22 – Организация управления развитием агротуризма в Алматинской области [составлено автором]

В предложенной системе организации управления развитием агротуризма лидирующее положение имеют органы государственного регулирования и поддержки сферы агротуризма и Non-Governmental Organizations (некоммерческие общественные организации).

Согласно действующей модели государственного управления и организации уровней исполнительной власти в Казахстане предлагается использовать для развития агротуризма на областном уровне возможности национальных министерств и подотчетных им учреждений: Министерство туризма и спорта РК, АО «Казахстанский центр государственно-частного партнерства» Министерства национальной экономики РК, РГУ «Комитет информации» Министерства культуры и информации РК, РГУ «Комитет международной информации» Министерства иностранных дел РК, РГУ «Комитет технического регулирования и метрологии» Министерства торговли и интеграции РК, Комитет лесного хозяйства и животного мира Министерства экологии и природных ресурсов РК, РГУ «Комитет рыбного хозяйства» Министерства сельского хозяйства РК.

Министерство туризма и спорта РК может внести следующий вклад в развитие агротуризма: администрирование работ по созданию стратегии развития агротуризма; содействие в создании инфраструктуры как гостевые дома, сельскохозяйственные музеи и др.; разработка и реализация маркетинговых кампаний для привлечения внимания к агротуризму на национальном и международном рынках; оказание поддержки в получении финансирования и инвестиций для агротуристских проектов; организация мероприятий для обмена опытом между агротуристскими предприятиями и участниками рынка; законодательная поддержка.

Участие АО «Казахстанский центр государственно-частного партнерства» при Министерстве национальной экономики РК необходимо для развития агротуризма по следующим направлениям: содействие в привлечении частных инвестиций для развития агротуризма; поиск и установление партнерств между государственными и частными организациями, а также между агротуристскими предприятиями и другими участниками рынка; оказание консультационной поддержки агротуристским предприятиям и предпринимателям по вопросам разработки бизнес-планов, финансового планирования, маркетинга и других аспектов управления.

Участие РГУ «Комитет информации» Министерства культуры и информации РК и РГУ «Комитет международной информации» Министерства иностранных дел РК требуется для: активного продвижения информационных материалов о потенциале агротуризма Казахстана как внутри страны, так и на международном уровне; проведения информационных кампаний, семинаров, выставок и презентаций о возможностях агротуризма; поддержки казахстанских цифровых платформ и порталов, посвященных агротуризму; продвижении медиаконтента о разных аспектах агротуризма как туристские маршруты, опыт местных фермеров, кулинарные традиции и др.

Согласно положению об РГУ «Комитет технического регулирования и метрологии» Министерства торговли и интеграции РК, он может внести следу-

ющий вклад в развитие агротуризма: создание стандартов и нормативов в области агротуризма, например, в сфере качества и безопасности услуг, экологических требований к агротуристским объектам и др.; проведение консультаций и обучающих программ для агротуристских предприятий и предпринимателей по вопросам соответствия стандартам и нормативам; реализация мер по обеспечению безопасности агротуристских объектов и услуг, включая нормы пожарной безопасности, санитарные нормы и другие аспекты технического регулирования.

Комитет лесного хозяйства и животного мира Министерства экологии и природных ресурсов РК, РГУ «Комитет рыбного хозяйства» Министерства сельского хозяйства РК могут внести вклад в развитие агротуризма по следующим направлениям деятельности: устойчивое использование природных ресурсов в агротуристских зонах, включая леса, водоемы и другие природные объекты; продвижение экологических агротуристских маршрутов и программ, направленных на знакомство с природными экосистемами, биоразнообразием и уникальными экологическими объектами; организация экскурсий и мероприятий с акцентом на природные достопримечательности, флору и фауну; поддержка не трофейных рыболовства и охоты на агротуристских территориях; поддержка экологически устойчивых агротуристских объектов и инфраструктуры как экофермы, экопоселения и др.; внедрение мер по обеспечению безопасности природных объектов и туристов, включая соблюдение правил охоты, рыболовства, пожарной безопасности и др.

Местные исполнительные органы, содействующие развитию агротуризма: ГУ «Управление туризма города Алматы», включая ТОО «БТА», а также ГУ «Управление туризма Алматинской области», Акимат города Конаев, Акимат города Алатау, Акиматы административных районов, Акиматы сельских и аульных округов, Акиматы сельских населенных пунктов. Местные исполнительные органы могут сыграть ключевую роль в развитии агротуризма, принимая следующие действия: создание и осуществление местных стратегий и программ развития агротуризма, адаптированных к конкретным особенностям и потенциалу местных территорий; предоставление финансовой, консультационной и информационной поддержки местным агротуристским предприятиям и фермерским хозяйствам для развития их инфраструктуры и услуг; организация мероприятий по продвижению агротуристских ресурсов через разные каналы связи, включая создание туристских брошюр, интернет-рекламу, участие в туристских выставках и др.; развитие инфраструктуры агротуризма как гостевые дома, туристские маршруты, информационные центры, парковки, а также улучшение дорожной инфраструктуры на агротуристских территориях; установление партнерских отношений с общественными и частными организациями для совместного развития агротуризма на местном уровне. Местные исполнительные органы на прямую заинтересованы в обустройстве социально-инженерной инфраструктуры села, решение вопросов комплексного обустройства сельских населенных пунктов объектами социальной и инженерной инфраструктуры, в том числе развитие в сельской местности системы спортивных

сооружений, учреждений культурно-досугового типа, газификации, водоснабжения, реконструкции автомобильных дорог, реализации проектов обустройства площадок под компактную жилищную застройку и субсидирование сельского хозяйства.

Важное значение для специализированной поддержки развития агротуризма имеют следующие государственные организации и учреждения: АО «НК «KazakhTourism»», АО «Национальная компания «KAZAKH INVEST»», АО «Фонд развития предпринимательства «Даму»», НАО «Международный центр зеленых технологий и инвестиционных проектов», АО «Жасыл даму», РГП «Казгидромет», РГУ «Казселезащита» Министерства по чрезвычайным ситуациям РК. Указанные организации и учреждения могут сделать следующее для развития агротуризма: организация инвестиционной поддержки и привлечение инвесторов для развития агротуризма, в том числе через финансирование проектов, предоставление грантов и льготных кредитов; реализация маркетинговых стратегий для привлечения туристов в агротуристские регионы, включая проведение рекламных кампаний, участие в туристских выставках и мероприятиях; проведение мероприятий по охране природы и поддержке экологически устойчивых агротуристских проектов, в т.ч. посредством внедрения «зеленых» технологий и практик; обеспечение доступа к информации и аналитике о состоянии и потенциале развития агротуризма и окружающей среды. АО «Фонд развития предпринимательства «Даму»» может содействовать консультированию желающих создать агротуристское хозяйство и предоставлять информацию о регистрации и организационно-правовой форме ведения бизнеса (приобретение статуса индивидуального предпринимателя, внесение изменений в учредительные документы, правила налогообложения, помощь в написании бизнес-планов, выпуск методических пособий, типовые бизнес-планы и др.).

Развитие агротуризма невозможно без участия финансовых, образовательных и туристских организаций: банковские учреждения, бизнес-инкубаторы, ВУЗы и колледжи, туристские фирмы. Банковские учреждения – источник финансовых услуг и кредитов для агротуристских предприятий, включая инвестиции в развитие инфраструктуры, обновление оборудования, улучшение сервиса и др. Они могут разработать специальные программы и кредитные продукты, адаптированные под нужды агротуризма. Бизнес-инкубаторы предоставляют поддержку и консультации для стартапов и молодых предпринимателей в сфере агротуризма. Они способны помогать в разработке бизнес-планов, обучение навыкам управления, маркетинговой поддержке и доступе к инвестиционным ресурсам. ВУЗы и колледжи – платформы для реализации образовательных программ и курсов по агротуризму, включая обучение желающих организации и управлению агротуристскими предприятиями, внедрению экологически устойчивых технологий, аналитике в области агротуризма и маркетинга и др. Туристские фирмы продвигают агротуристские пакеты, включающие агротуристские маршруты и активности. Они могут оказывать консультационную поддержку агротуристским хозяйствам и помогать в продвижении на туристском рынке. Туристские фирмы важны с позиции сотрудничества с

агрофермерами и составления туров выходного дня.

В качестве негосударственных стейкхолдеров развития агротуризма выступают Non-Governmental Organizations (некоммерческие общественные организации): Ассоциация агротуризма Алматинской области (предлагается создание при ней ТИЦ «Агротуризм Алматинской области»), ОЮЛ «Казахстанская ассоциация агро и сельского туризма», ОЮЛ «Казахстанская туристская ассоциация», ТОО «Сертификационный центр КТА и КАГиР», Палата предпринимателей Алматинской области, ОЮЛ «Союз ремесленников Казахстана», WWOOF Казахстан. NGO играют не формальную роль в развитии агротуризма, предлагая широкий спектр поддержки и инициатив.

Вот полезный шаг, который следует предпринять: Ассоциация агротуризма Алматинской области может содействовать созданию ТИЦ «Агротуризм Алматинской области», который будет предоставлять агротуристам информацию о доступных агротуристских маршрутах, предприятиях и событиях. NGO могут организовывать обучающие семинары, воркшопы и тренинги для агротуристских предпринимателей, помогая им развивать навыки и знания. NGO как ОЮЛ «Казахстанская ассоциация агро и сельского туризма» и ОЮЛ «Казахстанская туристская ассоциация» могут проводить мероприятия по продвижению агротуризма как внутри страны, так и за ее пределами. ТОО «Сертификационный центр КТА и КАГиР» может заниматься сертификацией агротуристских объектов и услуг, обеспечивая их соответствие стандартам качества и безопасности. Палата предпринимателей Алматинской области и ОЮЛ «Союз ремесленников Казахстана» могут предоставлять консультации и финансовую поддержку агротуристским предпринимателям. ГУ «Управление туризма Алматинской области» совместно с «Палатой предпринимателей Алматинской области» важна при организации мастер-классов, ворк-шопов, консультаций для действующих предприятий агротуризма и начинающих предпринимателей. Поддержка включает процесс проведения тематических мероприятий с целью повышения предпринимательских знаний и деловых навыков, информационных туров для туроператоров. Палата предпринимателей Алматинской области и банки второго уровня могут оказывать консультативную помощь для инвестирования и легализации объектов агротуристской деятельности: постройка гостевого дома, подворий, закупка сельскохозяйственной техники, домашних животных, получение с льготными условиями займов и кредитов для агротуристского бизнеса. ОЮЛ «Союз ремесленников Казахстана» может администрировать работы по обучению и возрождению прикладного искусства и ремесел. WWOOF Казахстан может установить контакты с международными организациями и платформами, чтобы привлечь международных волонтеров и туристов для развития агротуризма Казахстана.

Серьезная проблема агротуризма – слабая рекламно-информационная поддержка. Агротуризму Алматинской области для развития нужна реклама. Отдельные агротуристские хозяйства не могут обеспечить поточную продажу своих услуг. Это требует специальной квалификации, времени и денежных затрат. В странах ЕС рекламой агротуристских услуг занимаются общественные

сельские организации, туристские ассоциации и объединения, которые могут рассчитывать на совместную деятельность и финансовую помощь со стороны государства. Взаимодействие агротуристских хозяйств при содействии NGO – наиболее реальный способ продвижения услуг агротуризма с использованием большого количества каналов. С этой задачей успешно могут справиться АО «НК «KazakhTourism»», ОЮЛ «Казахстанская туристская ассоциация» и ТОО «БТА». Через свои каналы могли бы рекламировать и продвигать агротуризм не только на местном уровне, но и на международном. ОЮЛ «Казахстанская туристская ассоциация» имеет опыт разработки стандартов качества услуг для сельского туризма и пищевой промышленности, размещения в сельском туризме и санитарно-гигиенических стандартов. ОЮЛ «Казахстанская ассоциация агро и сельского туризма», WWOOF Казахстан, Ассоциация агротуризма Алматинской области могут помочь с поиском зарубежных грантов, созданием ресурсно-информационного центра и сайта.

Информационная поддержка развития агротуризма может быть организована на базе действующих платформ «GOV.KZ», «egov.kz», «visitkazakhstan.kz», «tourismkaz.kz», «tourisonline.kz», а также вновь созданной платформы «Агротуризм Алматинской области». На указанных ресурсах можно размещать информацию о фермерских хозяйствах, гостевых домах, экотуристских маршрутах в сельской местности и других агротуристских предложениях. Полезные направления деятельности: создание интерактивных карт и инструментов, которые помогут туристам выбирать маршруты и объекты для посещения в рамках агротуризма. Организация информационных кампаний и мероприятий для привлечения внимания к агротуризму внутри страны и за ее пределами может включать проведение разных мероприятий. Не решенная для Алматинской области задача – формирование базы данных для анализа спроса и предложения в сфере агротуризма и обратной связи о качестве и удобстве агротуристских услуг. Платформы в Интернет предоставляют местным предпринимателям возможность размещать информацию об агротуристских предложениях, увеличить видимость и привлечь агротуристов. Предоставление информации на английском и других языках важно для привлечения международных агротуристов в Казахстан.

Выполненное исследование отношения и предпочтений в агротуризме Казахстана демонстрирует многочисленные отличия от всех мировых моделей агротуризма. Интерес к спортивно-оздоровительным маршрутам, верховой езде и пешему туризму с целью изучения культурного и исторического наследия территории и этнических туров характеризуют возможность использования англо-американской агротуристской модели. К наиболее благоприятным для этого относятся Карасайский, Талгарский, Илийский районы Алматинской области. Элементы азиатской модели агротуризма могут присутствовать в форме кратковременных экскурсионных туров для детей и взрослых в КХ и ФХ с проживанием в гостевых домах, а также организация туров с возможностью проживать и питаться на базе КХ и ФХ. Для этого перспективны Жамбылский, Енбекшиказахский, Кегенский, Райымбекский районы Алматинской области.

Важный элемент западноевропейской модели агротуризма – близость к водным объектам. В Алматинской области имеется возможность для «купальных» и рыболовно-охотничьих туров. Необходимые ресурсы имеются в Балкашском районе и городе Конаев. Адаптация зарубежного опыта агротуризма к казахстанским условиям подразумевает развитие его особой модели, основанной на симбиозе элементов разных глобальных практик (таблица 32).

Таблица 32 – Особенности формирующейся казахстанской модели агротуризма с учетом положительного зарубежного опыта [составлено автором]

Ключевые услуги	Краткие описания
1	2
Формы организации агротуристских хозяйств	▪ ЛПХ ▪ КХ ▪ ФХ ▪ ИП ▪ СПоК
Типы агротуристов по времени пребывания	▪ Однодневные ▪ Уикэнд-овые ▪ Многодневные ▪ Отпускники
Типы размещения	▪ Комната в жилом доме агротуристского хозяйства ▪ Гостевой дом в агротуристском хозяйстве ▪ Временное сооружение (летняя пристройка, юрта, палатка и др.) ▪ Гостиница сельского населенного пункта (агроотель, мотель и др.) ▪ Летовка и зимовка ▪ Эко-отель в сельской местности (глэмпинг, кемпинг и др.) ▪ Приют / хижина охотника / рыболова
Типы питания (по международной классификации с дополнениями автора)	▪ Без питания RO (BO, AO, RR, EP, NO) ▪ Завтрак (BB) ▪ Полупансион: завтрак и ужин (HB) ▪ Полный пансион: завтрак, обед, ужин (FB) ▪ Полупансион с напитками (HB+) ▪ Полный пансион с напитками (FB+) ▪ Самостоятельное питание
Варианты питания	▪ Фермерский завтрак (свежие и натуральные продукты, включая молоко, яйца, овощи, фрукты и др.) ▪ Завтрак «по-казахски» (завтрак с домашними блюдами как курт, баурсаки, молочные продукты, джемы, консервы и др.) ▪ Агротуристский обед (блюда из свежих и натуральных ингредиентов, выращенных на ферме или в окружающих районах) ▪ Семейный обед (домашняя кухня семей-хозяев агротуристских предприятий) ▪ Дегустационный обед (обед с небольшими порциями блюд, чтобы попробовать их максимальное количество)

Продолжение таблицы 32

1	2
Варианты питания	▪ Обед на свежем воздухе (обед на открытом воздухе) ▪ Ужин в аутентичной обстановке (ужином с приготовлением традиционных блюд на открытом огне или в печи) ▪ Ужин в юрте (ужин с подачей традиционных блюд и национальных напитков) ▪ Пикник на природе (традиционные блюда из местных ингредиентов, которые можно взять с собой) ▪ Экологически чистая кухня (блюда и напитки из натуральных, органических и экологически чистых ингредиентов без добавления консервантов и химических добавок) ▪ Вегетарианское / веганское меню (меню с особыми диетическими ограничениями) ▪ Гастрономический тур (организация экскурсий по местным фермам и рынкам с дегустацией и приготовлением местных блюд под руководством опытных поваров) ▪ Фуд-трип (организация туров, предлагающих аутентичные блюда от разных хозяек) ▪ Мастер-классы по кулинарии (приготовление традиционных казахских блюд как баурсаки, бешбармак, манты и др.) ▪ Фестивали и кулинарные события (гости могут попробовать блюда из местных продуктов и познакомиться с культурой через еду)
Досуг	Популярные формы организации ▪ Пикники и барбекю ▪ Дегустации спиртных напитков (настойки, вина и др.) ▪ Банные процедуры ▪ Посещение местных рынков ▪ Конные прогулки ▪ Катание на верблюдах ▪ Рыбалка (трофейная / не трофейная) ▪ Охота (трофейная / не трофейная) ▪ Фотоэкскурсии по красивым видовым точкам ▪ Мастер-классы по национальным ремеслам ▪ Пешие прогулки по природным маршрутам ▪ Экскурсии по посадкам орехов ▪ Предоставление карт и маршрутов для посещения достопримечательностей и памятников природы ▪ Культурные мероприятия (праздники, песни, танцы и др.) ▪ Игры и анимация с детьми Мало популярные формы организации ▪ Участие в сборе сезонных фруктов и овощей ▪ Экскурсии по ферме / полю / бахче ▪ Взаимодействие с сельскохозяйственными животными ▪ Участие в сельскохозяйственных работах (сенокос, кормление животных и др.) ▪ Обучение народным промыслам (плетение кружев, ткачество алаши, изготовление кошмы, сырмаков из кошмы, обработка дерева и др.) ▪ Велосипедные прогулки

Казахстан находится на первоначальном этапе формирования смешанной модели развития агротуризма. Сельскохозяйственные предприятия как личные подсобные хозяйства (ЛПХ), крестьянские и фермерские хозяйства, сельскохозяйственные потребительские кооперативы (СПоК) начинают заниматься предпринимательской деятельностью с туристским уклоном. В этом случае агротуризм развивается за счет собственных ресурсов без привлечения инвестиций извне.

Однако рассчитывать на значительный приток агротуристов в сельскую местность при таких условиях финансирования не приходится. Если усилия предпринимателей дополняются деятельностью туроператоров, то результат чуть лучше. Однако без кардинального повышения степени комфорта для туристов спрос на услуги агротуризма останется на низком уровне, формируясь за счет немногочисленного сегмента потребителей: рыболовов, охотников, любителей пикников на природе, уикэндowych отдыхающих людей, походников и др. Для комплексного развития агротуризма в сельской местности Алматинской области необходимо рассматривать агротуризм как основной бизнес, обеспечивающий разносторонний набор услуг, нацеленных на использование всех привлекательных для агротуристов возможностей сельской территории. К их числу можно отнести, например, наличие благоприятных экологических, эстетических и санитарно-технических условий, возможность приобщиться к сельскому образу жизни и его развлечениям (конные прогулки, сбор грибов и ягод, рыбалка и др.), доступ к недорогим продуктам питания местного производства, знакомство с этнографическими особенностями.

3.3 Территориально-дифференцированный комплекс мероприятий для развития агротуризма

Агротуризм базируется на использовании разных ресурсов сельской местности, в числе которых, производство продукции растениеводства и животноводства занимает особое положение. Связи с этим, важно изучать возможности развития и территориальной организации видов агротуризма в связи с уровнем развития и особенностями растениеводства и животноводства. Среди характерных аспектов, которые делают эти виды производства особенно значимыми для агротуризма отметим следующие:

1) производство продукции растениеводства: гости агротуристских хозяйств могут познакомиться с особенностями возделывания и участвовать в уборке урожая сельскохозяйственных культур (фруктов, овощей, ягод и другого), что позволяет им познакомиться с разными агрохозяйственными процессами и технологиями;

2) производство продукции животноводства: агротуристы могут участвовать в кормлении и уходе за животными (КРС, верблюды, овцы, козы, лошади, домашняя птица и др.), что предоставляет возможность понаблюдать за животными, понять их роль в сельском хозяйстве и узнать о разных аспектах животноводства;

3) продукты собственного производства: гостям агротуристских хозяйств в каждом случае предлагаются особые свежие и натуральные продукты собственного производства, отражающие растениеводческую или животноводческую специализацию (молоко, сыры, мясо, яйца, фрукты, овощи, мед и другие), что позволяет гостям насладиться продукцией и приобрести аутентичный сельский гастрономический опыт;

4) образ жизни хозяев аграрного предприятия или фермерского хозяйства: гости могут провести время в окружении сельских жителей, погрузившись в их образ жизни и ежедневные заботы, напрямую связанные с растениеводческой или животноводческой специализацией, что создает атмосферу взаимодействия и обмена опытом между гостями и местными жителями;

5) уникальные воспоминания и мероприятия: агротуристские хозяйства организуют разные мероприятия и мастер-классы, связанные с производством и переработкой продукции растениеводства и животноводства (например, экскурсии по ферме, мастер-классы по изготовлению сыров или кормление животных), что делает понятной специфику работы хозяев, а агротуризм более привлекательным для гостей.

Сельское хозяйство – высоко развитая сфера экономической деятельности в Алматинской области. Активно развивается растениеводство, в последние годы восстанавливают производство сахара, пристальное внимание уделяется садоводству и переработке сельскохозяйственной продукции. По ежегодно засаживаемой и убираемой площади и валовому сбору овощей Алматинская область занимает 3-е место в РК. В 2022 году было собрано 1,4 млн тонн овощей, бахчевых культур, корнеплодов и клубнеплодов, что составляет 11,6 % от собранного урожая в стране. По выращиванию многих овощей и фруктов область-лидер. В частности, по выращиванию: свеклы (17 % от собранного урожая в стране), тыквы (22 %), баклажанов (19 %), перца (42 %), кукурузы на корм (21 %), груш (38 %), абрикосов (51 %). Алматинская область является лидером по выращенным цветам – 7,8 млн штук (удельный вес 44 % от общереспубликанского показателя). Алматинская область немного отстает от Туркестанской и Жамбылской областей и занимает высокие места по сбору: яблок (35 % от собранного урожая в стране), винограда (19 %), кукурузы (13 %), картофеля (12 %), капусты (13 %), огурцов (18 %), лука (13 %) [162]. Валовой выпуск продукции (услуг) сельского хозяйства в 2021 году в Алматинской области составил 560 678,80 млн KZT, в том числе продукции растениеводства – 268 822,10 млн KZT, животноводства – 291 856,70 млн KZT (таблица 33) [163].

Рассмотрим возможности развития и территориальной организации видов агротуризма на основе растениеводства. Растениеводство Алматинской области представлено выращиванием зерновых, технических, кормовых культур, картофеля, овощебахчевых культур. Хотя в сельском хозяйстве преобладает животноводство, на территории успешно возделываются разные виды культурных растений, что может представлять интерес для внутренних и иностранных агротуристов.

Таблица 33 – Валовой выпуск продукции (услуг) сельского хозяйства в 2021 году в Алматинской области, млн KZT [163]

Административно-территориальные единицы	Валовой выпуск			
	всего	из него		позиция внутреннего рейтинга по производству
		продукция растениеводства	продукция животноводства	
Алматинская область	560 678,80	268 822,10	291 856,70	
Балкашский район	26 655,40	18 787,6	7 867,8	9
Енбекшиказахский район	138 518,10	53 330,1	85 188,0	1
Жамбылский район	59 808,70	31 536,2	28 272,5	4
Илийский район	85 895,20	47 085,6	38 809,6	2
Карасайский район	64 176,60	33 899,8	30 276,8	3
Кегенский район	30 298,00	18 003,3	12 294,7	8
Райымбекский район	36 618,20	19 707,7	16 910,5	7
Талгарский район	59 156,20	22 264,2	36 892,0	5
Уйгурский район	39 735,00	20 441,2	19 293,8	6
Конаев г.а.	19 817,40	3 766,4	16 051,0	10
Алматы г.р.з.	7 378,6	6 719,8	658,8	11

В целом, среди сельскохозяйственных культур преобладают зерновые культуры (рисунок 23) [163].

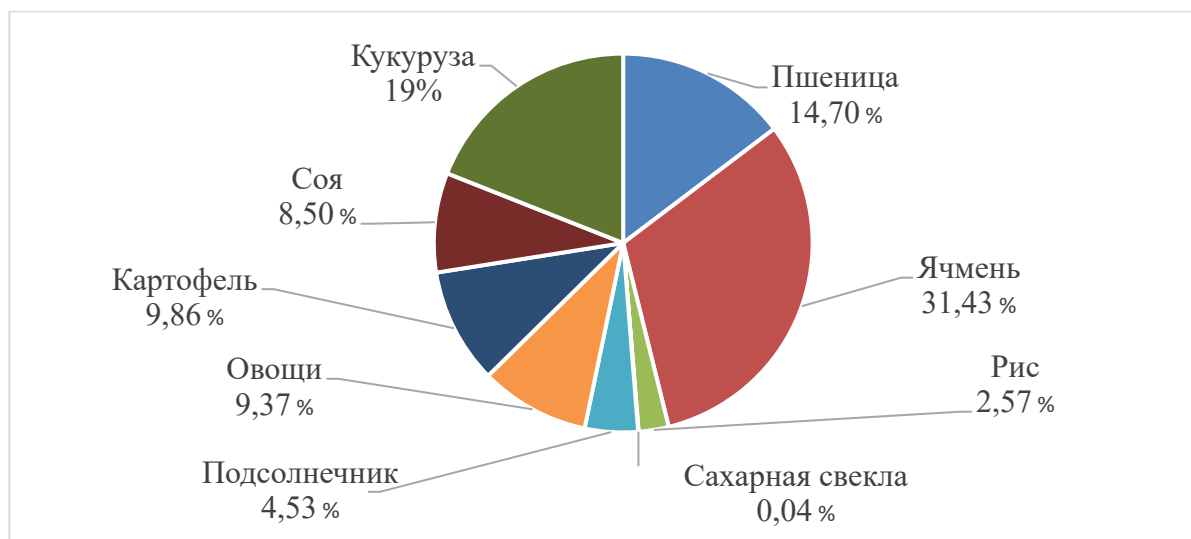


Рисунок 23 – Структура посевной площади основных сельскохозяйственных культур по всем категориям хозяйств Алматинской области, тыс. га [163]

Нередко агрохозяйства используют посадки кукурузы для создания «кукурузных» лабиринтов как агроразвлечение для гостей. Другим примером использования растениеводства в сфере агротуризма является предложение сбора овощей.

Алматинская область известна фруктовыми садами и плантациями ягодных культур, где выращиваются разные виды фруктов как яблоки, груши, персики, абрикосы, виноград и другие, а также ягоды как клубника, малина и др. Имеются хозяйства, в которых выращиваются лесные и грецкие орехи. Разработка туристских маршрутов с возможностью сбора фруктов, ягод, орехов и организацией пикников и дегустаций может привлечь агротуристов.

В связи с растущим интересом к здоровому образу жизни и экологически чистым продуктам, органические фермы становятся все более популярными. Создание агротуристских объектов на органических фермах, где посетители могут узнать о методах органического земледелия, участвовать в уходе за посевами и познакомиться с процессом производства органических продуктов, востребовано.

В Алматинской области имеются виноградники и винодельческие предприятия. Организация эноэкскурсий, мастер-классов по приготовлению вина и дегустаций местных сортов вина содействует развитию агротуризма на основе ресурсов виноделия.

Разнообразные цветочные плантации и питомники в Алматинской области – привлекательные объекты для агротуристов. Проведение экскурсий по цветочным полям, организация мастер-классов по цветоводству и возможность приобретения сувениров и садовых растений – интересные направления деятельности для агротуристов.

Разнообразие лесопосадок и лесоразведение в Алматинской области, предоставляют уникальные возможности для развития агроэкотуризма и организации агроэкологических экскурсий. Пешие прогулки, велосипедные поездки, наблюдение за птицами могут привлечь любителей природы и туристов.

В таблице 34 приведены сведения о возможностях развития и территориальной организации видов агротуризма на основе растениеводства. Возможности для развития и территориальной организации видов агротуризма на основе растениеводства в пространственном аспекте следующие: высокие в Жамбылском, Енбекшиказахском, Карасайском, Талгарском, Кегенском районах; средние в Балкашском, Илийском, Райымбекском, Уйгурском районах, Алматы г.р.з.; низкие в Конаев г.а., Алатау г.а.

Полный спектр видов агротуризма опирается на интегральный потенциал растениеводства исследуемой территории. На рисунке 24 приведены сведения о территориальной организации и развитии агротуризма на основе растениеводства Алматинской области.

Рассмотрим возможности развития и территориальной организации видов агротуризма на основе животноводства. Животноводство Алматинской области в высокой мере участвует в формировании благоприятных возможностей для развития и территориальной организации разных видов агротуризма. Оно занимает лидирующее положение в сравнении с растениеводством. Животноводческая специализация рассматриваемой территории представлена мясомолочным скотоводством, тонкорунным овцеводством, продуктивным коневод-

ством, верблюдоводством, промышленным свиноводством, птицеводством. Алматинская область занимает первое место в РК по поголовью КРС, лошадей и птицы, второе – по поголовью овец и коз.

Таблица 34 – Оценка возможностей для развития и территориальной организации видов агротуризма на основе растениеводства Алматинской области [составлено автором]

Административно-территориальные единицы	Виды агротуризма								
	агрогостеприимство	агрогастрономия	собственно агротуризм	прямая продажа	агроотдых	агроспорт	агроразвлечение	агротерапия	агроэтнография
Балкашский район	■	■	▲	■	▲	▲	▲	▲	▲
Енбекшиказахский район	●	●	○	○	●	●	●	●	●
Жамбылский район	○	○	○	○	○	○	○	○	○
Илийский район	▲	▲	▲	■	▲	▲	▲	▲	▲
Карасайский район	○	○	●	●	●	●	●	●	●
Кегенский район	▲	▲	●	○	○	○	○	○	○
Райымбекский район	▲	▲	○	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Талгарский район	○	○	●	●	○	○	○	○	○
Уйгурский район	▲	▲	■	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Конаев г.а.	□	□	■	□	■	▲	▲	□	□
Алатау г.а.	□	□	■	□	□	■	■	□	□
Алматы г.р.з.	■	■	■	○	○	○	○	■	○
Примечание: ● – очень высокий уровень возможностей (5 баллов); ○ – высокий уровень возможностей (4 балла); ▲ – средний уровень возможностей (3 балла); ■ – низкий уровень возможностей (2 балла); □ – очень низкий уровень возможностей (1 балл).									

В животноводстве просматривается абсолютное лидерство производства мяса. Алматинская область находится среди лидеров по всем основным типам производства продукции животноводства. По производству мелких и крупных шкур она занимает 2-е и 3-е места соответственно, обеспечив около 10-11 % заготовки шкур в РК. Алматинская область находится на 4-м месте по производству яиц и молока. Численность птицы – 9,8 млн голов на конец сентября 2023 года, что означает второе место в РК после Акмолинской области. До 19 % всей птицы в Казахстане выращивается в Алматинской области. Высокой численностью характеризуется поголовье овец – 2,7 млн голов или 12,5 % всех овец в РК. Алматинская область занимает 3-е место по поголовью КРС с удельным весом в 8,6 % от общего показателя РК.

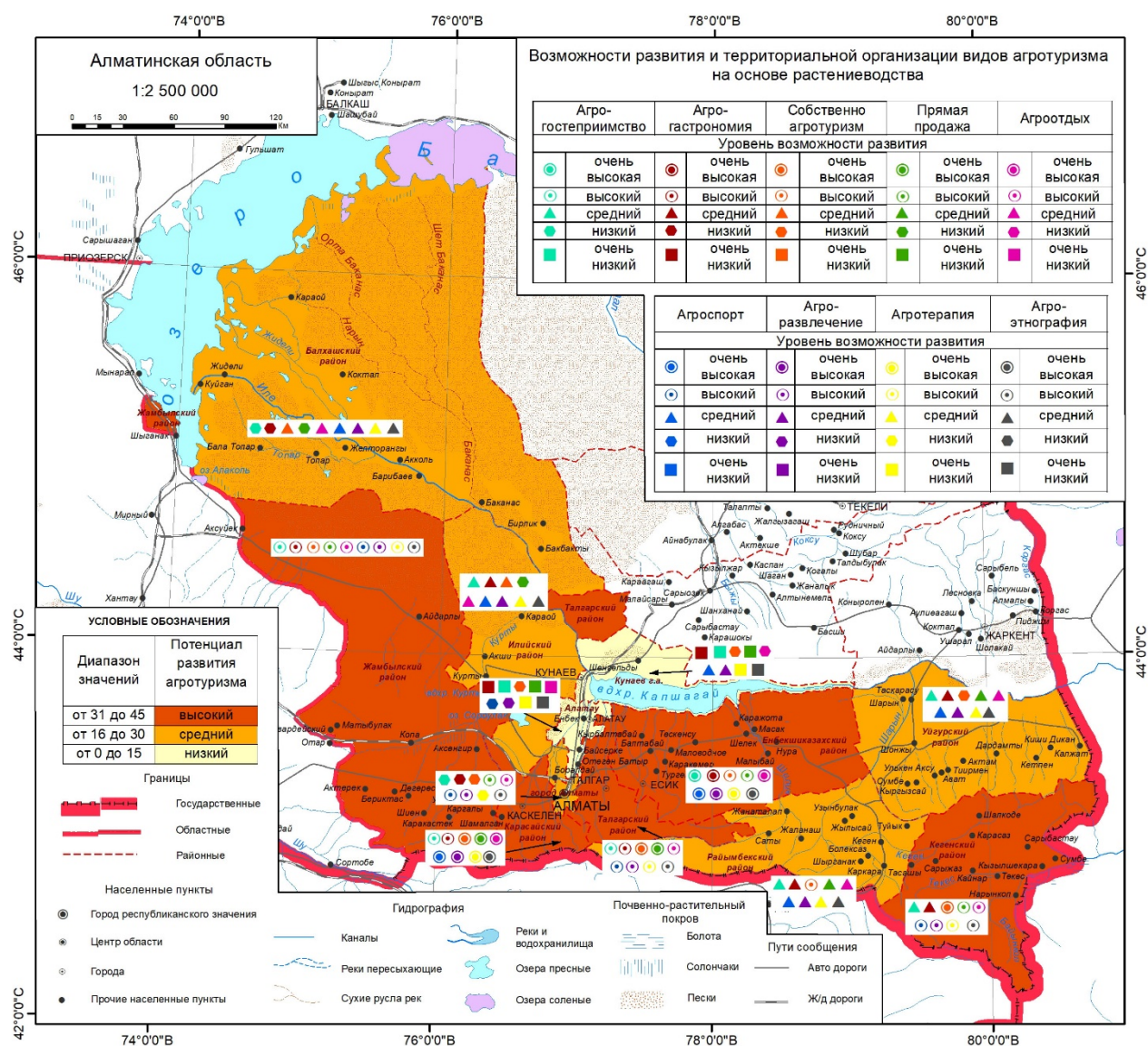


Рисунок 24 – Карта территориальной организации и развития агротуризма на основе растениеводства Алматинской области [составлено автором]

По поголовью свиней, лошадей и верблюдов она располагается на 7-8 местах с удельным весом в общем поголовье в 6 %. По данным Департамента статистики Алматинской области в ней насчитывается голов: КРС – 1 134,4 тысяч, из них коров – 597,1 тысяч; овец и коз – 3 913,4 тысяч; лошадей – 381,5 тысяч; верблюдов – 7,9 тысячи; свиней – 56,6 тысяч; птицы – 12 320,5 тысяч [164]. Общее количество скота и птицы составило 17 277,9 голов. На рисунке 25 отображается поголовье разных сельскохозяйственных животных от общего поголовья в Алматинской области.

Организация экскурсий по животноводческой ферме позволяет агротуристам познакомиться с особенностями разведения разных видов сельскохозяйственных животных как КРС, овцы, козы, лошади и др. Гости могут увидеть условия содержания животных, узнать о методах ухода за ними, участвовать в их кормлении и уходе.

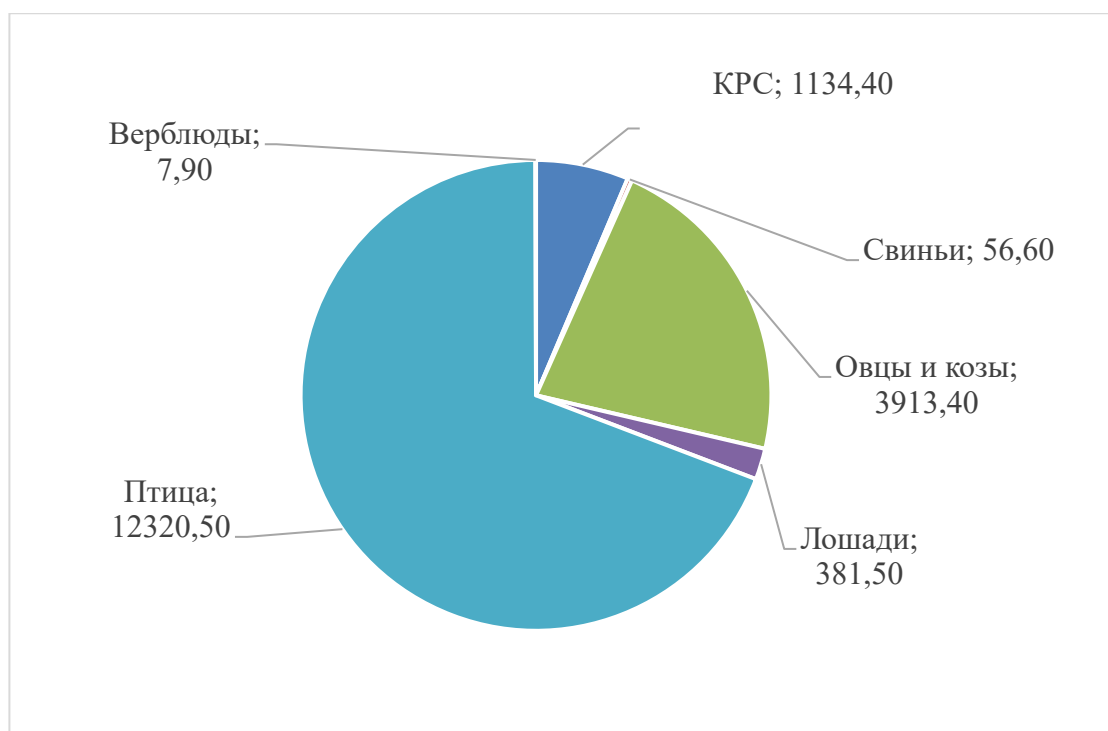


Рисунок 25 – Структура поголовья сельскохозяйственных животных Алматинской области, тыс. голов [164]

Создание гостевых домов на фермах позволяет агротуристам окунуться в атмосферу жизни и участвовать в повседневных заботах фермеров. Гости могут принимать участие в дойке коров, сборе яиц, кормлении животных и других работах. Агротуристы могут участвовать в разных формах производства животноводческой продукции. Это может включать участие в переработке молока и производстве молочной продукции, сборе сена, подготовке кормов, процессе производства сыров, курта, айрана и др. Алматинская область обладает прекрасными условиями для конных прогулок и верховой езды. Организация конных прогулок по живописным местам привлекает любителей активного отдыха и рекреантов выходного дня. Проведение культурных мероприятий, связанных с традиционными обрядами и праздниками, имеющими животноводческое происхождение как пастушьи игры, соревнования на скаковых овцах, ярмарки сельских ремесел и прочие мероприятия, помогает представить агротуристам сельскую культуру и обычаи.

В таблице 35 приведены сведения о возможностях развития и территориальной организации видов агротуризма на основе животноводства. Возможности для развития и территориальной организации видов агротуризма на основе животноводства в пространственном аспекте следующие: высокие в Енбекшиказахском, Жамбылском, Карасайском, Кегенском, Райымбекском, Талгарском районах; средний в Балкашском, Илийском, Уйгурском районах, Конаев г.а., Алматы г.р.з.; низкие в Алатау г.а.

Полный спектр видов агротуризма опирается на интегральный потенциал животноводства исследуемой территории. На рисунке 26 приведены сведения о

территориальной организации и развитии агротуризма на основе животноводства Алматинской области.

Таблица 35 – Оценка возможностей для развития и территориальной организации видов агротуризма на основе животноводства Алматинской области [составлено автором]

Административно-территориальные единицы	Виды агротуризма								
	агрогостеприимство	агрогастрономия	собственно агротуризм	прямая продажа	агроотдых	агроспорт	агроразвлечение	агротерапия	агроэтнография
Балкашский район	■	■	▲	■	■	■	■	■	■
Енбекшиказахский район	○	○	○	○	●	○	▲	○	▲
Жамбылский район	○	○	○	○	○	▲	○	○	▲
Илийский район	▲	▲	▲	■	▲	▲	■	▲	▲
Карасайский район	●	●	●	●	●	○	○	○	○
Кегенский район	○	●	●	○	●	●	○	○	○
Райымбекский район	●	●	●	○	○	○	○	○	○
Талгарский район	●	●	●	●	●	○	○	○	○
Уйгурский район	▲	○	■	▲	▲	■	■	▲	■
Конаев г.а.	■	■	■	■	■	■	■	□	□
Алатау г.а.	■	■	■	□	□	■	□	□	□
Алматы г.р.з.	●	●	▲	□	□	▲	▲	□	■
Примечание: ● – очень высокий уровень возможностей (5 баллов); ○ – высокий уровень возможностей (4 балла); ▲ – средний уровень возможностей (3 балла); ■ – низкий уровень возможностей (2 балла); □ – очень низкий уровень возможностей (1 балл).									

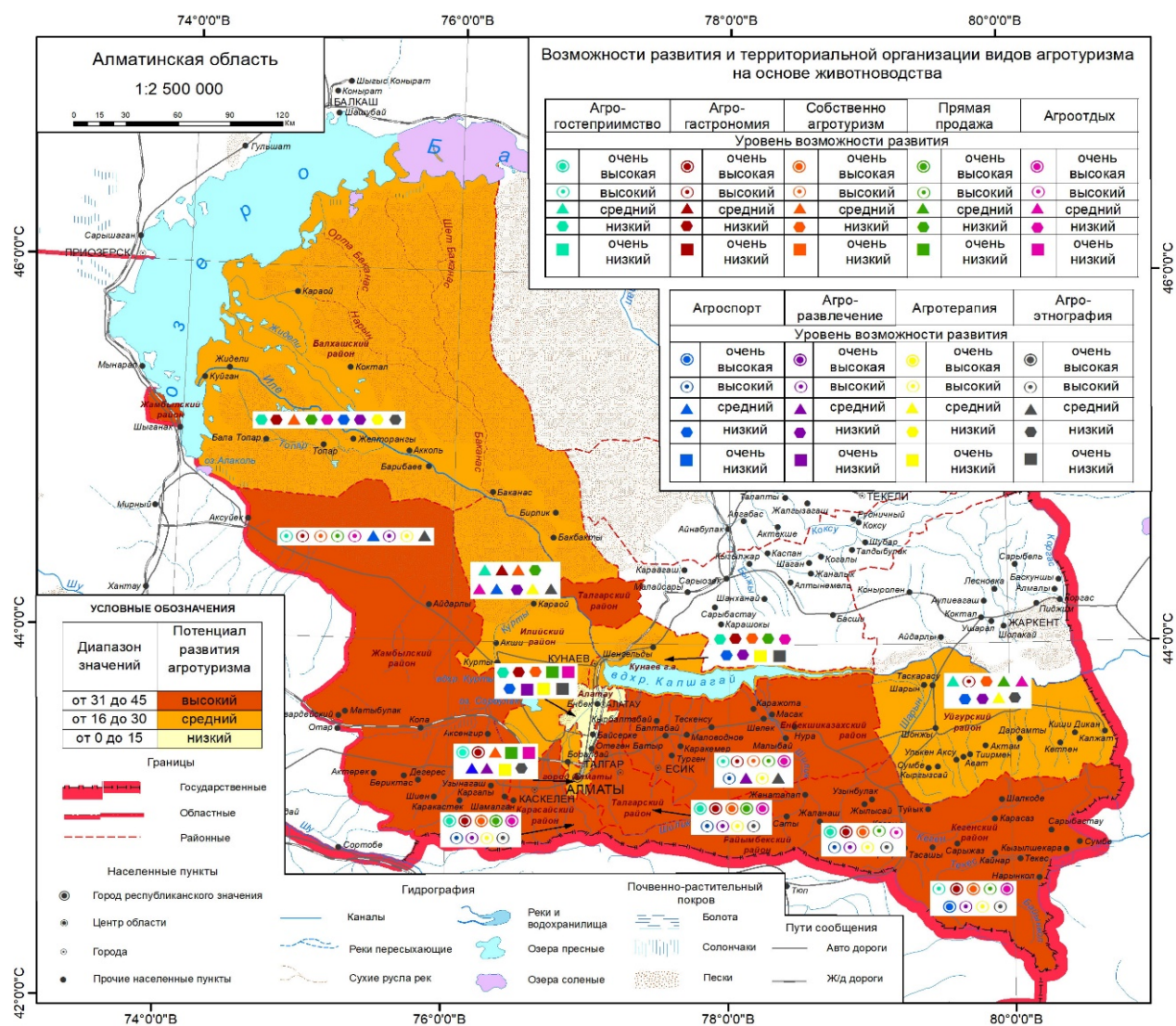


Рисунок 26 – Карта территориальной организации и развития агротуризма на основе животноводства Алматинской области [составлено автором]

Сельское хозяйство Алматинской области имеет характерные черты и особенности. Они являются важными детерминантами для развития агротуризма. Приходится констатировать, что в настоящее время сферы растениеводства и животноводства Алматинской области не готовы к агротуризму, несмотря на высокий уровень развития и черты многофункциональности, включая инфраструктурные составляющие несельскохозяйственного бизнеса. Деятельность экономически активного населения сельской территории сосредоточена на производстве и переработке сельскохозяйственной продукции, заготовке дикоросов, строительстве и услугах для сельхозпредприятий, а также обеспечении производственного процесса в сельском, лесном и рыбном хозяйстве [142]. С позиции долгосрочной экономической устойчивости и повышения жизнеспособности архиважно внедрение в деятельность экономически активного населения сельской территории Алматинской области агротуристической составляющей по всем основным видам агротуризма (рисунок 27).

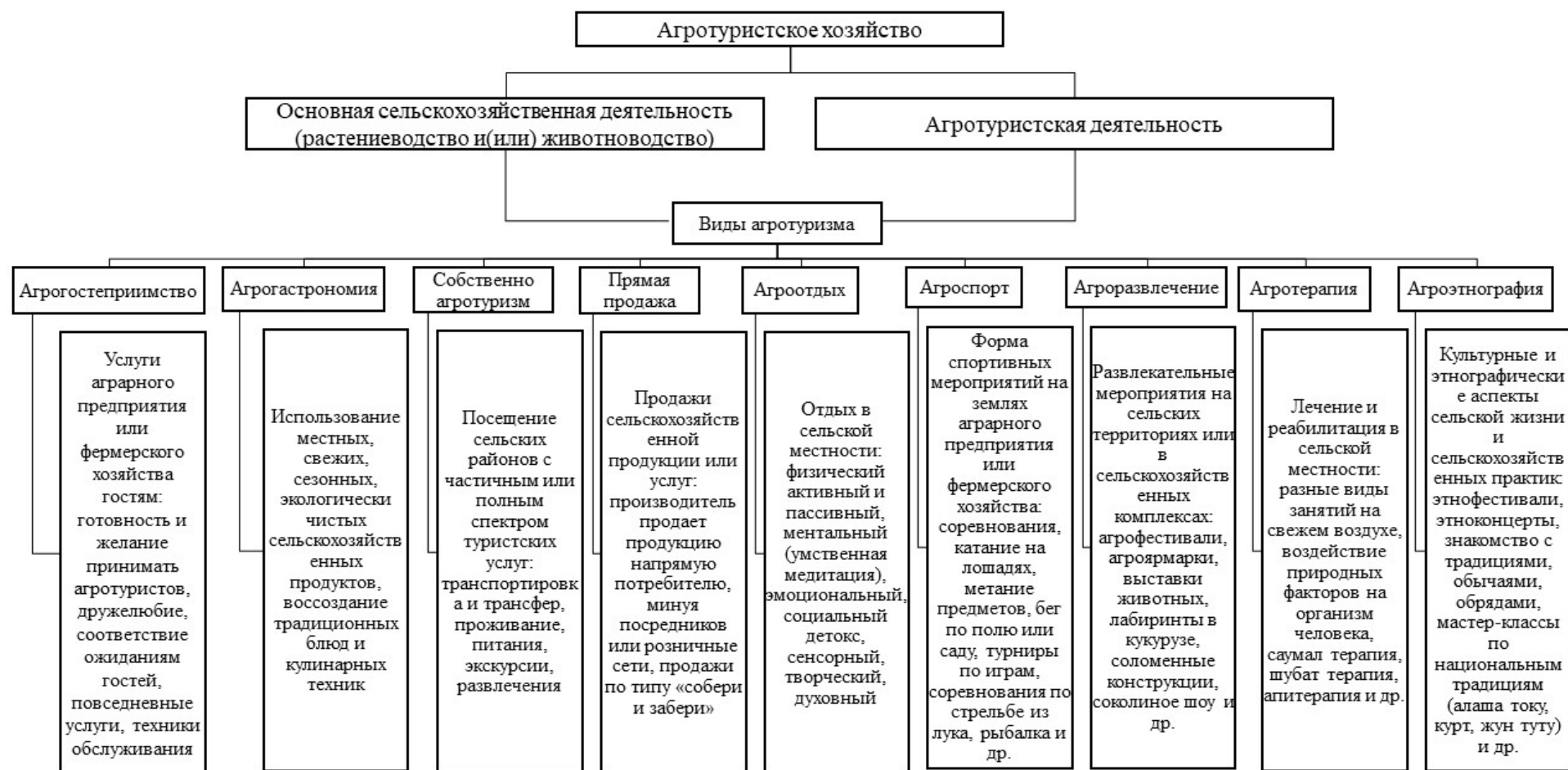


Рисунок 27 – Виды агротуризма в рамках сельскохозяйственной и агротуристской деятельности хозяйств Алматинской области [составлено автором]

В зависимости от территориальных характеристик, предложения агротуризма нужно варьировать. Это определит уникальность локальных агротуристских продуктов и услуг. В качестве примеров таких агротуристских продуктов и услуг, которые можно предложить в зависимости от территориальных характеристик укажем на следующие:

на сельских территориях с горными характеристиками можно предложить горные агротуры, включающие пешие прогулки, наблюдение за дикой природой, проживание в гостевых домах КХ и ФХ;

на сельских территориях с богатой фауной и флорой можно организовать агроэкологические туры, включающие наблюдение за дикими животными, птицами, растениями, а также участие в агроэкологических проектах по сохранению природы и традиционным формам ведения сельского хозяйства;

на сельских территориях с благоприятными климатическими условиями для виноградарства можно организовать винодельческие агротуры, включающие посещение винодельческих предприятий, дегустации местных сортов вина, участие в винодельческих мастер-классах и др.;

на сельских территориях с органическими земледелием и фермерскими хозяйствами, можно предложить агротуры, когда гости смогут участвовать в уходе за посевами, сборе урожая, приготовлении органических продуктов; можно организовать мастер-классы по фермерским ремеслам как изготовление сыров, варение джемов, приготовление домашних консервов;

на сельских территориях с богатым культурно-этнографическим наследием можно предложить агротуры с посещением достопримечательностей, участием в традиционных обрядах и праздниках, знакомством с местными ремесленниками и мастерами народного творчества.

Для создания уникальных агротуристских продуктов важно развивать аутентичные услуги для агротуристов с учетом местных детерминант. Учитывая выявленные факторы и барьеры развития агротуризма в Алматинской области, разработан территориально-дифференцированный комплекс рекомендаций из 7 групп и 24 подгрупп. Для наибольшей наглядности и территориальной «привязки» рекомендаций применен картографический метод представления информации (рисунок 28).

Реализация разработанных рекомендаций будет способствовать улучшению среды развития агротуризма на сельских территориях Алматинской области (таблица 36).

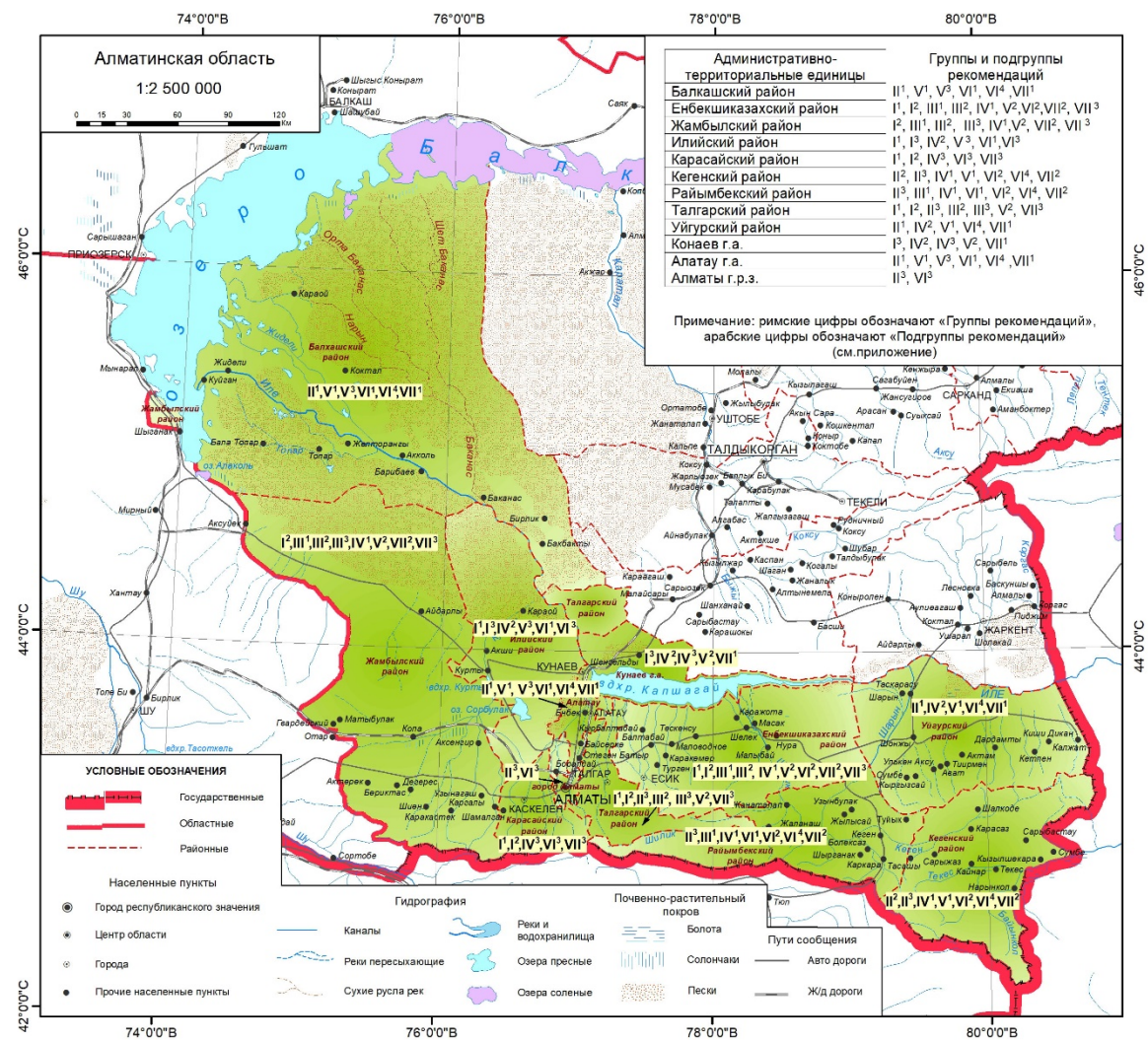


Рисунок 28 – Карта территориально-дифференцированного комплекса рекомендаций для развития агротуризма в Алматинской области [составлено автором]

Таблица 36 – Группы и подгруппы рекомендаций территориально-дифференцированного комплекса для развития агротуризма в Алматинской области [составлено автором]

Группы рекомендаций		Подгруппы рекомендаций	
1		2	
Природно-экологические	I ¹	Обеспечение контролируемого доступа к природным угодым под охраной и сельскохозяйственным угодым с разрешения хозяев: разрешительные процедуры, ограничения и правила поведения для посетителей; партнерство с собственниками природных и сельскохозяйственных угодий для обеспечения контролируемого доступа и совместного использования их территорий в рамках агротуристских программ; системы видеонаблюдения, отчеты об инцидентах.	1 ²
		Внедрение экологически ответственных сельскохозяйственных практик и методов: органическое земледелие, ротация культур, эффективное использование воды, пермакультура, агролесоводство и др.	2
		Защита и сохранение природных ресурсов и биоразнообразия: зеленые барьеры и агрофорестри, озеленение территорий, местные виды растений для озеленения, образовательные мероприятия о значении биоразнообразия, охраны природы и устойчивого использования природных ресурсов.	3
Культурно-исторические	II	Смягчение скептического отношения местных жителей к агротуризму, рискам от его влияния на приватность и туристскую нагрузку: информационные сессии, семинары, общественные дискуссии о преимуществах и способах минимизации воздействия агротуризма, включение местного населения в принятие решений и планирование агротуристских программ, разработка и внедрение управления потоками агротуристов, включая лимитирование посетителей, распределение маршрутов, времени посещений и др.	1
		Преодоление сложностей в сохранении и угроз разрушения или утраты культурного наследия, социокультурных противоречий между сельскими и городскими жителями: механизмы взаимодействия и понимания (встречи, диалоги, культурные мероприятия, проекты по объединению сельских и городских сообществ, просвещению по истории, традициям, культурному наследию, стимулирование и поддержка местных инициатив по сохранению и продвижению культурного наследия.	2
		Формирование потребности у горожан в коммерческом агротуризме: дифференциация уникальных и привлекательных агротуристских продуктов и услуг (мастер-классы по традиционным ремеслам, кулинарные курсы и др.), акцент внимания на возможностях агротуризма для отдыха и релаксации, партнерство между сельскими и городскими сообществами, новые форматы агротуризма (агропарки, агроклубы, агротуристские кооперативы и др.).	3

Продолжение таблицы 36

1	2		
		Развитие форм агротуризма с акцентом на продвижение культурного наследия и традиций: агротуристские маршруты по посещению и знакомству с местными достопримечательностями, памятниками, историческими местами и др., разработка информационных брошюр, путеводителей, онлайн-ресурсов о местных достопримечательностях, традициях, наследии и аудиогидов на разных языках, тематические мероприятия и спектакли, отражающие историю и традиции с участием местных артистов и аниматорских коллективов.	4
Социально-демографическое	III	Повышение готовности к приему и работе с туристами, информированности о потребностях агротуристов: курсы повышения компетентности местных жителей, в т.ч. старшего и пожилого возраста, с целью улучшения навыков и знаний по обслуживанию агротуристов (гостеприимству, культурному обмену, работе с клиентами), организация семинаров, встреч и обмена опытом между местными жителями и специалистами сферы туризма, государственная поддержка местных инициатив по развитию агротуризма (ассоциаций или кооперативов), проведение специализированных опросов для выявления потребностей сферы агротуризма.	1
		Увеличение доступа к дополнительному образованию и улучшение коммуникационных навыков и навыков общения на иностранных языках: доступ к онлайн-курсам и обучающим материалам по улучшению навыков гостеприимства и освоению иностранных языков в удобное время в удобном формате, установление партнерских отношений с образовательными учреждениями для доступа к обучению и обмену опытом, организация языковых курсов и тренингов на базе школ для обучения иностранным языкам, введение мотивационных программ и поощрений для активного развития коммуникационных навыков.	2
		Адаптация агротуров к возрастным группам, культурным особенностям и потребностям социальных групп, инфраструктура и услуги для людей с ограниченными возможностями, организация мероприятий по стимулированию взаимодействия и обмена опытом между социальными группами для уменьшения стереотипов, барьеров и др.	3
Экономико-институциональные	IV	Определение правового и налогового статуса агротуристских хозяйств: профессиональный анализ законодательства для выявления нормативных актов, касающихся агротуризма и его регулирования, персональные консультации с юридическими экспертами/адвокатами (специализирующимися на сельском хозяйстве и туризме), редактирование устава или правил внутреннего распорядка, получение лицензий и разрешений, консультации с налоговыми консультантами/бухгалтерами, чтобы узнать о применимых налоговых льготах и обязанностях, изучение стандартов безопасности, санитарии, защиты окружающей среды, правил и требований по охране труда и трудовым отношениям.	1
		Разработка механизмов финансовой поддержки агротуризма уполномоченными органами: субсидирование, налоговые преференции, льготное кредитования и др.	2

Продолжение таблицы 36

1	2
	Упрощение процедур получения разрешений, лицензий, сертификации: сокращенный набор документов и централизация услуг через EGov/онлайн-платформу для подачи заявлений, обмена документами, отслеживания статуса заявок, обучающие программы и консультации в области агротуризма по процессу получения разрешений, лицензий и сертификации, соблюдению требований и стандартов, введение облегченных процедур и условий для ИП в сфере агротуризма. 3
Материально-технические	V Формирование местных фондов развития транспортной и коммуникационной доступности и инфраструктуры в сельских районах для развития агротуризма, газоснабжения, канализации, строительства объектов активного отдыха и др. 1
	Льготное субсидирование на приобретение оборудования и удобств для приема агротуристов в конкретных хозяйствах (туалеты, душевые, кухонное и другое оборудование согласно требованиям комфортности и безопасности), создание маркеров прогулочных маршрутов для навигации агротуристов, точек общественного питания и развлечений. 2
	Поддержка сельскохозяйственных предприятий в модернизации и адаптации инфраструктуры для организации досуга гостей: агротуристские маршруты, экскурсии, мастер-классы, тематические мероприятия и др. 3
	Стимулирование, финансовая поддержка, льготы для видов предпринимательской деятельности, которые важны для местных жителей и агротуристов: ремесленные мастерские и малые производственные предприятия (местные продукты, ручные изделия, поделки и др.). 4
Организационно-управленческие	VI Продолжение построения сети партнерства с местными властями, сельскохозяйственными предприятиями, сообществами, городскими туристскими агентствами и другими стейкхолдерами: проведение совещаний и встреч, разработка и реализация совместных проектов с участием стейкхолдеров (агротуристские маршруты, фестиваль, выставка и др.), создание Интернет ресурса/платформы для обмена лучшими практиками, базами данных, онлайн-данными между стейкхолдерами, установление партнерских отношений с городскими туристскими агентствами для разработки пакетных агротуров. 1
	Развитие маркетинговых стратегии и кампании по продвижению агротуристских продуктов и услуг, контроля за качеством обслуживания на агротуристских объектах: помощь профильных вузов Алматы по созданию логотипа, слогана, корпоративного стиля агрохозяйств для узнаваемости и привлечения внимания агротуристов, определение целевых аудиторий для персонализированных продуктов и услуг, присутствие в социальных сетях (контент, включая фотографии, видео, описания и др.), сбор обратной связи от клиентов и регулярное проведение анкетирования для оценки удовлетворенности и выявления областей улучшения качества обслуживания. 2

Продолжение таблицы 36

1	2						
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="499 240 2056 395">Самоанализ агротуристских хозяйств для выявления «узких» мест и возможных областей оптимизации, обновление и диверсификация ассортимента продуктов и услуг: комплексные пакетированные агротуры (например, агротур с участием в сборе урожая, приготовлении местных блюд, ярмарке, выставке ручных изделий, дегустации местных деликатесов и др.).</td><td data-bbox="2056 240 2168 395">3</td></tr> <tr> <td data-bbox="499 395 2056 576">Создание и внедрение систем безопасности на агротуристских объектах, включая меры по предотвращению несчастных случаев, обеспечению медицинской помощи, обучение оказанию первой медицинской помощи, действиям в экстренных ситуациях, контроль стандартов гигиены и санитарии, дезинфекция помещений и поверхностей, обеспечение доступа к средствам гигиены для агротуристов, предоставление агротуристам информации о мерах безопасности, правилах поведения, доступности медицинской помощи.</td><td data-bbox="2056 395 2168 576">4</td></tr> </table>	Самоанализ агротуристских хозяйств для выявления «узких» мест и возможных областей оптимизации, обновление и диверсификация ассортимента продуктов и услуг: комплексные пакетированные агротуры (например, агротур с участием в сборе урожая, приготовлении местных блюд, ярмарке, выставке ручных изделий, дегустации местных деликатесов и др.).	3	Создание и внедрение систем безопасности на агротуристских объектах, включая меры по предотвращению несчастных случаев, обеспечению медицинской помощи, обучение оказанию первой медицинской помощи, действиям в экстренных ситуациях, контроль стандартов гигиены и санитарии, дезинфекция помещений и поверхностей, обеспечение доступа к средствам гигиены для агротуристов, предоставление агротуристам информации о мерах безопасности, правилах поведения, доступности медицинской помощи.	4		
Самоанализ агротуристских хозяйств для выявления «узких» мест и возможных областей оптимизации, обновление и диверсификация ассортимента продуктов и услуг: комплексные пакетированные агротуры (например, агротур с участием в сборе урожая, приготовлении местных блюд, ярмарке, выставке ручных изделий, дегустации местных деликатесов и др.).	3						
Создание и внедрение систем безопасности на агротуристских объектах, включая меры по предотвращению несчастных случаев, обеспечению медицинской помощи, обучение оказанию первой медицинской помощи, действиям в экстренных ситуациях, контроль стандартов гигиены и санитарии, дезинфекция помещений и поверхностей, обеспечение доступа к средствам гигиены для агротуристов, предоставление агротуристам информации о мерах безопасности, правилах поведения, доступности медицинской помощи.	4						
Кадрово-технологическ е	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="499 576 2056 804">VII Увеличение количества специалистов с квалификацией в сфере туристских услуг и развитие сельского рынка труда: специализированные образовательные услуги вузов Алматы для подготовки специалистов (университетские и краткосрочные курсы, тренинги для переквалификации и повышения квалификации), стимулирование занятости через субсидии на создание рабочих мест, приоритетное сельскохозяйственное предпринимательство, поддержка семейных ферм, временное трудоустройство или введение специальных визовых режимов для восполнения дефицита специалистов сферы туризма.</td><td data-bbox="2056 576 2168 804">1</td></tr> <tr> <td data-bbox="499 804 2056 916">Повышение технологической оснащенности и доступа агрохозяйств к современным технологиям и инструментам продвижения агротуризма: цифровой маркетинг, онлайн-бронирование, онлайн реклама агротуристских предложений и др.</td><td data-bbox="2056 804 2168 916">2</td></tr> <tr> <td data-bbox="499 916 2056 1102">Информационная поддержка и технологическое обеспечение практической деятельности: районные платформы/порталы с подробной информацией о возможностях и преимуществах агротуризма (ресурсы: статьи, инструкции, кейс-стади и др.), информационные кампании для предпринимателей/инвесторов, внедрение онлайн-услуг, электронного путеводителя для агротуристов, использование дронов для создания видеозаписей, гранты, инвестиции, программы стартап-акселерации.</td><td data-bbox="2056 916 2168 1102">3</td></tr> </table>	VII Увеличение количества специалистов с квалификацией в сфере туристских услуг и развитие сельского рынка труда: специализированные образовательные услуги вузов Алматы для подготовки специалистов (университетские и краткосрочные курсы, тренинги для переквалификации и повышения квалификации), стимулирование занятости через субсидии на создание рабочих мест, приоритетное сельскохозяйственное предпринимательство, поддержка семейных ферм, временное трудоустройство или введение специальных визовых режимов для восполнения дефицита специалистов сферы туризма.	1	Повышение технологической оснащенности и доступа агрохозяйств к современным технологиям и инструментам продвижения агротуризма: цифровой маркетинг, онлайн-бронирование, онлайн реклама агротуристских предложений и др.	2	Информационная поддержка и технологическое обеспечение практической деятельности: районные платформы/порталы с подробной информацией о возможностях и преимуществах агротуризма (ресурсы: статьи, инструкции, кейс-стади и др.), информационные кампании для предпринимателей/инвесторов, внедрение онлайн-услуг, электронного путеводителя для агротуристов, использование дронов для создания видеозаписей, гранты, инвестиции, программы стартап-акселерации.	3
VII Увеличение количества специалистов с квалификацией в сфере туристских услуг и развитие сельского рынка труда: специализированные образовательные услуги вузов Алматы для подготовки специалистов (университетские и краткосрочные курсы, тренинги для переквалификации и повышения квалификации), стимулирование занятости через субсидии на создание рабочих мест, приоритетное сельскохозяйственное предпринимательство, поддержка семейных ферм, временное трудоустройство или введение специальных визовых режимов для восполнения дефицита специалистов сферы туризма.	1						
Повышение технологической оснащенности и доступа агрохозяйств к современным технологиям и инструментам продвижения агротуризма: цифровой маркетинг, онлайн-бронирование, онлайн реклама агротуристских предложений и др.	2						
Информационная поддержка и технологическое обеспечение практической деятельности: районные платформы/порталы с подробной информацией о возможностях и преимуществах агротуризма (ресурсы: статьи, инструкции, кейс-стади и др.), информационные кампании для предпринимателей/инвесторов, внедрение онлайн-услуг, электронного путеводителя для агротуристов, использование дронов для создания видеозаписей, гранты, инвестиции, программы стартап-акселерации.	3						
Примечания: 1 – обозначение группы рекомендаций по преодолению сдерживающих детерминант агротуризма; 2 – обозначение подгруппы рекомендаций по преодолению сдерживающих детерминант агротуризма.							

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выполненное диссертационное исследование позволяет сделать следующие научные выводы и практические рекомендации.

1) Библиометрический анализ на основе инструмента «Bibliometrix R» и изучение научных публикаций по исследованиям агротуризма стали основой для расширенного понимания степени его научной изученности и тенденций развития, а также обеспечили концептуальную конкретизацию ключевых терминов и понятий в сфере агротуризма. Анализ контента и соотношения основных понятий позволил систематизировать терминологический аппарат, который важен для ученых и специалистов-практиков с позиции взаимодействия и однозначного понимания ключевых составляющих и взаимосвязей между ними. Это способствует развитию теоретического обеспечения агротуризма и согласованности работ стейкхолдеров.

Выполненный анализ глобальных практик агротуризма позволил отобрать их элементы, пригодные после адаптации к условиям Казахстана для организации, стимулирования и поддержки развития агротуризма. Адаптация глобальных моделей агротуризма к казахстанским условиям подразумевает его развитие, основанное на селективном симбиозе разных элементов всех моделей – Англоамериканской, Западноевропейской, Восточноевропейской, Азиатской.

Систематизированные методы исследований агротуризма ориентированы на более точную оценку его состояния и потенциала, а также дополняют методологический инструментарий в случае решения специфических прикладных задач. Выполненные работы позволяют сделать ряд выводов о содержании теоретико-методических основ научных исследований в сфере агротуризма: господствующий в Европе подход мало подходит для условий современного Казахстана, поскольку спектр неизвестных факторов развития агротуризма значительно шире и для их выявления требуется применение специальных научных методов; в качестве главных при организации и проведении научных исследований в сфере агротуризма могут быть определены 10 принципов (приведены в подглаве 1.5); ядро методических основ сформировано тремя блоками: общенаучные методы; методы исследований отдельных наук; географические методы.

2) Проведенное интервьюирование для выявления современного состояния агротуризма в условиях недостаточной информации и оценка совокупного агротуристского потенциала региона позволили установить причинно-следственные связи с детерминантами развития агротуризма. Феноменологический анализ интервью позволил объединить собранные ответы в две группы: «ограничения внешние» и «ограничения внутренние».

Оценка агротуристского потенциала территории определяет особенности и структуру регионального агротуристского продукта, что является основой для развития агротуристского бизнеса. Для тестирования авторской методики оценки совокупного агротуристского потенциала территории (САПТ) в рамках ис-

следования выполнена апробация на примере Алматинской области. Для оценки проведены последовательный сбор и систематизация информации об уровне обеспеченности каждой административно-территориальной единицы четырьмя группами показателей: природные туристско-рекреационные ресурсы (ПТРР); социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы (СЭТРР); объекты туристского хозяйства (ОТХ); сельскохозяйственные туристско-рекреационные ресурсы (СТРР). На заключительном этапе оценки САПТ выполнено объединение четырех частных оценок в интегральную форму. Уровни совокупного агротуристского потенциала территории Алматинской области следующие: высокий (более 450) – Енбекшиказахский район; Жамбылский район, Алматы г.р.з.; выше среднего (от 350 до 450) – Райымбекский район, Балкашский район; средний (от 311 до 349) – Илийский район, Кегенский район, Талгарский район, Уйгурский район; ниже среднего (от 251 до 310) – Карасайский район; низкий (менее 250) – Конаев г.а., Алатау г.а.

В качестве детерминант развития агротуризма выступают разные стимулирующие и сдерживающие факторы, которые могут оказывать положительное или отрицательное влияние на развитие и функционирование агротуристской деятельности. Всего идентифицировано 7 групп детерминант. При их анализе на примере территории Алматинской области определены детерминанты «первого порядка», которые являются достаточно устойчивыми во времени для сельской территории (например, природно-экологические и культурно-исторические особенности территории), а также более динамичные детерминанты «второго порядка» (например, социально-демографические, экономико-институциональные, материально-технические, организационно-управленческие, кадрово-технологические особенности территории).

3) Применение авторской методики анкетирования для изучения спроса и предпочтений агротуристов с учетом детерминант агротуризма обеспечило формирование обоснованного комплекса ключевых мероприятий по его развитию для территории Алматинской области. Выполненное анкетирование позволило получить непосредственную обратную связь от участников агротуристской отрасли и потенциальных агротуристов. Качественный диагностический структурированный онлайн-опрос 577 респондентов городов Алматы и Астана, был ориентирован на понимание глубоких мотиваций, ценностей и убеждений респондентов, выявление особенностей в понимании агротуризма как явления, а также определение общественного мнения в отношении агротуризма. Опрос проведен с использованием специально разработанной анкеты. Она содержит 25 вопросов, упорядоченных согласно нескольким разделам. Путем анкетирования изучен спрос и предпочтения жителей городов Астаны и Алматы, выявлены основные ожидания и предпочтения городских жителей от агротуристского хозяйства, что поможет владельцам бизнеса быстро и эффективно ориентироваться на запросы потенциальных клиентов.

Ожидания потенциальных казахстанских туристов в отношении агротуризма ориентированы на качество услуг размещения и субъективно приемле-

мый уровень проживания, а также санитарные условия в агрохозяйствах, предоставляющих услуги. В частности, ожидания агротуристов сосредоточены на возможности получения натуральных продуктов с лечебными и косметическими свойствами, а также пользе для здоровья.

Предложения по активным формам организации досуга имеют менее важное значение. Возможность участвовать в сельскохозяйственной деятельности или узнать о ценностях сельской культуры и образа жизни вызывают заинтересованность у относительно небольшой группы городских жителей.

Успешное внедрение практик ведения агротуристского бизнеса требует интеграции и вовлечения сельских сообществ, агротуристских структур, государственных органов и некоммерческих организаций. На основе анализа зарубежного опыта предложена система организации управления развитием агротуризма Алматинской области, которая включает ряд стейкхолдеров: уполномоченные государственные органы, банки и финансовые организации, ассоциации туризма, туристские фирмы, органы местного самоуправления. Разработанный подход учитывает государственный и местный уровни организации и управления, как свидетельство комплексности стимулирования развития агротуризма. Каждый из стейкхолдеров в зависимости от полномочий и функций должен решать организационные, финансовые, информационные, маркетинговые, исследовательские и другие задачи.

Агротуризм базируется на использовании разных ресурсов сельской местности, в числе которых производство продукции растениеводства и животноводства занимает особое положение. Изучены возможности развития и территориальной организации видов агротуризма в связи с уровнем развития и особенностями растениеводства и животноводства. Возможности для развития и территориальной организации видов агротуризма на основе растениеводства в пространственном аспекте следующие: высокие в Жамбылском, Енбекшиказахском, Карасайском, Талгарском, Кегенском районах; средние в Балкашском, Илийском, Райымбекском, Уйгурском районах, Алматы г.р.з.; низкие в Конаев г.а., Алатау г.а. Возможности для развития и территориальной организации видов агротуризма на основе животноводства в пространственном аспекте следующие: высокие в Енбекшиказахском, Жамбылском, Карасайском, Кегенском, Райымбекском, Талгарском районах; средний в Балкашском, Илийском, Уйгурском районах, Конаев г.а., Алматы г.р.з.; низкие в Алатау г.а.

Для создания уникальных агротуристских продуктов важно развивать аутентичные услуги для агротуристов с учетом местных детерминант. Учитывая выявленные детерминанты развития агротуризма в Алматинской области, разработан территориально-дифференцированный комплекс рекомендаций из 7 групп и 24 подгрупп. Для наибольшей наглядности и территориальной «привязки» рекомендаций применен картографический метод представления информации. Реализация разработанных рекомендаций будет способствовать улучшению среды развития агротуризма на сельских территориях Алматинской области.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Sznajder M., Przezbórska L., Scrimgeour F. Agritourism. – Oxford: CAB International, 2009. – 301 p.
- 2 Okumus F., Niekerk M., Koseoglu M.A., Bilgihan A. Interdisciplinary research in tourism // *Tourism Management*. – 2018. – No. 69. – P. 540–549.
- 3 Sharpley R., Sharpley J. Rural tourism: an introduction. – London: Thomson Business Press, 1997. – 165 p.
- 4 Sumarjan N., Mohd Z.M.S., Mohd R.S., at al. Hospitality and Tourism: synergizing creativity and innovation in Research. – Boca Raton: CRC Press, 2013. – 636 p.
- 5 Potocnick-Slavik I., Schmitz S. Farm tourism across Europe // *European Countryside*. – 2013. – No. 5 (4). – P. 265–274.
- 6 Brandth B., Haugen M.S. Farm diversification into tourism – implications for social identity? // *Journal of Rural Studies*. – 2011. – No. 27 (1). – P. 35–44.
- 7 Streifeneder Th. Agriculture first: assessing European policies and scientific typologies to define authentic agritourism and differentiate it from countryside tourism // *Tourism Management Perspectives*. – 2016. – No. 20. – P. 251–264.
- 8 Phelan C., Sharpley R. Exploring entrepreneurial skills and competencies in farm tourism // *Local Economy*. – 2012. – No. 27 (2). – P. 103–118.
- 9 Flanigan S., Blackstock K., Hunter C. Agritourism from the perspective of providers and visitors: a typology-based study // *Tourism Management*. – 2014. – No. 40. – P. 394–405.
- 10 Roberts L., Hall D. Rural tourism and recreation: principles to practice. – Wallingford: International, 2001. – 272 p.
- 11 Sznajder M., Przezborska L., Scrimgeour F. Agritourism. – Wallingford: CAB International, 2009. – 320 p.
- 12 Kline C., Barbieri C., Lapan C. The influence of agritourism on niche meats loyalty and purchasing // *Journal of Travel Research*. – 2015. – No. 55 (5). – P. 643–658.
- 13 Phillip S., Hunter C., Blackstock K. A typology for defining agritourism // *Tourism Management*. – 2010. – No. 31(6). – P. 754–758.
- 14 Lapan C., Barbieri C. The role of agritourism in heritage preservation // *Current Issues in Tourism*. – 2014. – No. 17 (8). – P. 666–673.
- 15 Dubois Ch., Cawley M., Schmitz S. The tourist on the farm: a “muddled” image // *Tourism Management*. – 2017. – No. 59. – P. 298–311.
- 16 Frater J.M. Farm tourism in England-planning, funding, promotion and some lessons from Europe // *Tourist Management*. – 1983. – No. 4 (3). – P. 167–179.
- 17 Tew C., Barbieri C. The perceived benefits of agritourism: the provider’s perspective // *Tourism Management*. – 2012. – No. 33 (1). – P. 215–224.
- 18 Gao J., Barbieri C., Valdivia C. Agricultural landscape preferences: implications for agritourism development // *Journal of Travel Research*. – 2014. – No. 53 (3). – P. 366–379.

- 19 Disez N. Agritourisme. Logiques d'acteurs ou logiques de territoires? // *Economie Rurale*. – 1999. – No. 250. – P. 40-46.
- 20 Garrod B., Wornell R., Youell R. Re-conceptualising rural resources as countryside capital: the case of rural tourism // *Journal of Rural Studies*. – 2006. – No. 22 (1). – P. 117-128.
- 21 Domenico M.-L., Miller G. Farming and tourism enterprise: experiential authenticity in the diversification of independent small-scale family farming // *Tourism Management*. – 2012. – No. 33 (2). – P. 285-294.
- 22 Choo H., Petrick J.F. Social interactions and intentions to revisit for agritourism service encounters // *Tourism Management*. – 2014. – No. 40. – P. 372-381.
- 23 Flanigan S., Blackstock K., Hunter C. Generating public and private benefits through understanding what drives different types of agritourism // *Journal of Rural Studies*. – 2015. – No. 41. – P. 129-141.
- 24 Arroyo C.G., Barbieri C., Rozier Rich S. Defining agritourism: a comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina // *Tourism Management*. – 2013. – No. 37. – P. 39-47.
- 25 Lane B. Rural tourism: An overview / In Jamal T., Robinson M. (Ed.), *The Sage handbook of tourist studies*. – London: Sage, 2009. – P. 354-370.
- 26 Briner R.B., Denyer D. Systematic review and evidence synthesis as a practice and scholarship tool / *Handbook of evidence-based management: companies, classrooms and research*. – New York, 2012. – P. 112-129.
- 27 *The Oxford handbook of evidence-based management* / Denise M. Rousseau (Ed.). – Oxford: Oxford University Press, 2012. – 464 p.
- 28 Broadus R. Toward a definition of bibliometrics // *Scientometrics*. – 1987. – No. 12 (5-6). – P. 373-379.
- 29 Diodato V. *Dictionary of bibliometrics*. – Binghamton, NY: Haworth Press, 1994. – 202 p.
- 30 Pritchard A. Statistical bibliography or bibliometrics // *Journal of Documentation*. – 1969. – No. 25(4). – P. 348-349.
- 31 Van Raan A.F. Assessment of Research Performance with Bibliometric Methods / In *Informationsund Wissensverarbeitung in den Sozialwissenschaften*. – Berlin: Springer, 1994. – P. 499-524.
- 32 Glänzel W., Moed H.F. Journal impact measures in bibliometric research // *Scientometrics*. – 2002. – No. 53 (2). – P. 171-193
- 33 Chen C., Hu Z., Liu S., Tseng H. Emerging trends in regenerative medicine: a scientometric analysis in CiteSpace // *Expert Opinion on Biological Therapy*. – 2012. – No. 12 (5). – P. 593-608.
- 34 Cruz S.C.S., Teixeira A.A.C. The Evolution of the Cluster Literature: Shedding Light on the Regional Studies – Regional Science Debate // *Journal Regional Studies*. – 2010. – No. 44, Is. 9. – P. 1263-1288.
- 35 Wang J., Liu Z. A bibliometric analysis on rural studies in human geography and related disciplines // *Scientometrics*. – 2014. – No. 1. – P. 39-59.

- 36 Aria M., Cuccurullo C. Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis // *Journal of Informetrics*. – 2017. – No. 11(4). – P. 959–975.
- 37 Плохих Р.В., Шакен А.Ш., М. Мика. Анализ состояния исследований в области агротуризма на основе инструмента «Bibliometrix R» // *Вопросы географии и геоэкологии*. – 2020. – № 2. – С. 99-111.
- 38 Темирбулатова М.А. Теория и практика агротуризма: польский опыт: учебник. – Познань, 2010. – 312 с.
- 39 География туризма: учебник / колл. авторов; под ред. А.Ю. Александровой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: КНОРУС, 2009. – 592 с.
- 40 Мозгунов Н.А. Географические факторы развития сельского туризма в Центральной России [Текст]: автореф. дис. ... канд. географ. наук. – М., 2010. – С.7-8.
- 41 Трухачев А.В. Концептуальные основы государственной политики развития сельского туризма в Российской Федерации [Текст]: автореф. дис. ... д-р эконом. наук. – С-Пб, 2016. – 33 с.
- 42 Волкова-Гончарова Т.А., Маркарян С.О. Понятие и социально-экономическая функция сельского туризма // *Вестник СГУТиКД*. – 2011. – № 2 (16). – С. 22-24.
- 43 Гварлиани Т.Е., Бородин А.Н. Сельский и аграрный туризм как специфические виды туризма // *TERRA ECONOMICUS*. – 2011. – Том 9, № 4, Часть 3. – С. 61-65.
- 44 Jansen-Verbeke M. The potentials of rural tourism and agritourism // *Problems of Tourism*. – 1990. – Vol. XII, No. 1/2. – Institute of Tourism, Warszawa. – P. 35–40.
- 45 Lane B. What is rural tourism // *Journal of Sustainable Tourism*. – 1994. – Vol. 2 (1–2). – P. 7–21.
- 46 Fedyk W. Agritourism in Lower Silesia and Opole Silesia // Wyrzykowski J. (ed.) *Alternative tourism as an important factor of incoming tourism development in Central and Eastern Europe*. – Wrocław: Zakład Geografii Regionalnej i Turystyki, 1999. – P. 41–51.
- 47 Hegarty C., Przezbórska L. Rural and Agri-Tourism as a Tool for reorganising rural areas in old and new member states - A comparison study of Ireland and Poland // *International Journal of Tourism Research*. – 2005. – Vol. 7 (2). – P. 63-77.
- 48 Oppermann M. Rural tourism in Southern Germany // *Annals of Tourism Research*. – 1996. – Vol. 23 (1). – P. 86–102.
- 49 Wojciechowska J. Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce. – Łódź: Wlil, 2009. – Vol. 28, Is. 167. – 132 p.
- 50 Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года. – М., 2011. – С. 13-14.
- 51 Росагротуризм. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.agritourism.ru/ru/> (дата обращения 29.08.2019).
- 52 Власенко О.В. Роль агротуризма в реформировании сельских подсобных хозяйств [Текст]: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 0800.05. – Улан-Удэ:

Восточно-Сибирский государственный технологический университет, 2008. – С. 8-10.

53 Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма: учебник. 2е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2010. – С. 35.

54 Дугина Е.А., Аханаева Е.А. Некоторые проблемы развития агротуризма в республике Бурятия // Туризм и культура в современном мире: Материалы Международной научно-практической конференции. – СПб.: Астерман, 2011. – С. 71-78.

55 Лащенко Н.С. К вопросу о разработке концепции развития сельского туризма (агротуризма) в Российской провинции: экономический, социальный и социокультурный аспекты [Электронный ресурс]. – URL: http://www.riku.ru/confs/vrem_cul/Lashenko.pdf (дата обращения 09.09.2014).

56 Lakovidou O. Agro-tourism in Greece: the case of women agro-tourism co-operatives of Ambelavia // MEDIT. – 1997. – No. 1. – P. 44-47.

57 Wall G. Agrotourism / In Jafari J. (ed). Encyclopedia of tourism. – London: Routledge, 2000. – P. 14-15.

58 Sonnino R. For a «Piece of Bread?» Interpreting sustainable development through agritourism in southern Tuscany // Sociologia Ruralis. – 2004. – No. 44. – P. 285-300.

59 Marques H. Searching for complementarities between agriculture and tourism the demarcated wine-producing regions of northern Portugal // Tourism Economics. – 2006. – No. 12. – P 147-155.

60 McGehee N.G., Kim K., Jennings G.R. Gender and motivation for agritourism entrepreneurship // Tourism Management. – 2006. – No. 28. – P. 280-289.

61 Barbieri C., Mshenga P.M. The role of the firm and owner characteristics on the performance of agritourism farms // Sociologia Ruralis. – 2008. – No. 48. – P. 166-183.

62 Ердавлетов С.Р., Кошкимбаева У.Т. К вопросу понятия агротуризма и его функции // Мир путешествий. – 2011. – № 5 (16). – С. 11-17.

63 Шакен А.Ш., Плохих Р.В. Современные трактовки понятия «агротуризм» // XII Международная научно-практическая конференция «Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы», 27 апреля 2018 г. – Республика Беларусь, Брестская область, г. Пинск. – С. 231-233.

64 Roberts L., Hall D. Rural tourism and recreation: Principles to practice. – Cambridge: CABI Publishing, 2001. – 231 pp.

65 Clarke J. Marketing structures for farm tourism: beyond the individual provider of rural tourism // Journal of Sustainable Tourism. – 1999. – No. 7. – P. 26-47.

66 Nilsson P. A. Staying on farms: an ideological background // Annals of Tourism Research. – 2002. – No. 29. – P. 7-24.

67 Gladstone J., Morris A. Farm accommodation and agricultural heritage in Orkney // In F. Brown (Ed.), Tourism in peripheral areas: Case studies. – 2000. – P. 91-100.

68 Kizos T., Iosifides T. The contradictions of agrotourism development in

Greece: evidence from three case studies // *South European Society and Politics*. – 2007. – No. 12. – P. 59–77.

69 Robinson G. Geographies of agriculture: Globalisation, restructuring and sustainability. – Harlow: Pearson Education Limited. – 2004. – P. 25–34.

70 MacCannell D. Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings // *The American Journal of Sociology*. – 1973. – No. 79. – P. 589–603.

71 Evans N.J., Ilbery B.W. A conceptual framework for investigating farm-based accommodation and tourism in Britain // *Journal of Rural Studies*. – 1989. – No. 5. – P. 257–266.

72 Walford N. Patterns of development in tourist accommodation enterprises on farms in England and Wales // *Applied Geography*. – 2001. – No. 21. – P. 331–345.

73 Bowler I., Clark G., Crockett A., Ilbery B., Shaw A. The development of alternative farm enterprises: a study of family labour farms in the Northern Pennines of England // *Journal of Rural Studies*, 12. – 1996. – P. 285–295.

74 Ilbery B., Bowler I., Clark G., Crockett A., Shaw A. Farm-based tourism as an alternative farm enterprise: a case study from the Northern Pennines, England. *Regional Studies*, 32. 1998. – P. 355–364.

75 Butts S., McGeorge A., Briedenhann J. The great cornish maize maze: low risk, low cost, high yield // *Culture and Agriculture*, – 27. – 2005. – P. 61–68.

76 Di Domenico M., Millar G. Are plastic cows the future for farming? Implications of an alternative diversification model. In J. Tribe, & D. Airey (Eds.), *Developments in tourism research*– Oxford: Elsevier. – 2007. –P. 21–32.

77 McIntosh A.J., Bonnemann S.M. Willing workers on organic farms (WWOOF): the alternative farm stay experience? *Journal of Sustainable Tourism*, 14. – 2006. – P. 82–99.

78 Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. – М.: МГУ, 1981. – 208 с.

79 Шакен А.Ш. Проблема классификации агротуристской деятельности // *Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Фараби Әлемі»*. – Алматы, Казахстан, 9-11 апреля 2018 года. –127 с.

80 Практическое руководство по организации сельского туризма. Методическое пособие для хозяйствующих субъектов (на примере Подольского района Московской области). – М.: Международная Туристская Академия, 2009. – С. 7-18.

81 Lack K.J. Agritourism development in British Columbia. Master of Natural Resource Management // *Master's Thesis submitted to Simon Fraser University*, 1997. – P. 30–32.

82 Tagliabue J. «Preserving a heritage via bed and barns; European governments subsidize agritourism» *New York Times* August 13. 1998. D1.

83 Frater J.M. «Farm tourism in England: Planning, funding, promotion and some lessons from Europe» // *Tourism Management*. –1983. – No. 4. – P. 635- 642.

84 Marketing Resource Center (AgMRC). Официальный сайт [Электрон-

ный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.agmrc.org/commodities-products/agritourism> (дата обращения 06.09.2021).

85 Pamela Richardson-Ngwenya and Janet Momsen *Tourism and Agriculture in Barbados: Changing Relationships in Torres and Momsen / Tourism and Agriculture: New Geographies of Consumption, Production and Rural Restructuring*, 2011, Routledge.

86 Опыт развития несельскохозяйственной деятельности в сельской местности. – М.: ООО «Столичная типография», 2008. – Ч. 1. Сельский туризм, народные промыслы. – С. 6.

87 Басков В., Камянчук А. Сельское сообщество 21 века: Устойчивость развития. – Ирбит: Изд. дом «Печатный вал», 2008. – С. 49.

88 Сельское развитие в Европе. Политика, институты и действующие лица на местах с 1970-х годов до наших дней / пер. с итал. И. Храмовой. – Рим: Совместное изд-во Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН и Business Media of the Sole 24Ore, 2010. – 272 с.

89 Воскресенский В.Ю. Международный туризм: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-дана, 2008. – С. 364.

90 Баканова А.А. Формирование и реализация системы развития сельского туризма в регионе [Текст]: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – СПб., 2005. – С. 22.

91 Панюков А.И., Панюкова Ю.Г., Калиничев В.Л. Основы агротуризма: учебник. – М.: Магистр: Инфра. М, 2017. – 240 с.

92 Остапенко И.И. Агротуризм: зарубежный опыт и перспективы // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013. – № 3. – С. 289-291.

93 Власенко О.В. Роль агротуризма в реформировании сельских подсобных производств [Текст]: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: АПК и сельское хозяйство. – Улан-Удэ, 2008. – С. 67.

94 Литвиненко Т.В., Киши М. Состояние и особенности развития агротуризма в Японии // Актуальные аспекты развития сельского (аграрного) туризма в России, Краснодар, 17-19 мая 2018 г. – С. 106-111.

95 Kumari Prasansha, 2016. Possibility of Agritourism Development for Sustainable Rural Development in Sri Lanka // IOSR Journal of Humanities and Social Science. – 2016. – No. 21 (08). – P. 12–16.

96 Malkanthi S.H. Pushpa, Routray Jayant K. Visitor satisfaction in agritourism and its implications for agritourism farmers in Sri Lanka // International Journal of Agricultural Management, Institute of Agricultural Management. – 2012. – Vol. 2 (1). – P. 1-14.

97 Norida Mazlan, Abdul Shukor Juraimi. Development and challenges of agritourism in Malaysia // Journal of the International Society for Southeast Asian Agricultural Sciences. – 2014. – No. 20(1). – P. 131-138.

98 Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы // Постановление Правительства Республики Казахстан от 28.03.2023 г., № 262.

99 Shaken A.Sh., Plokhikh R.V., Kalimbetov E.A. Research Frameworks for the Development of Rural Tourism in Kazakhstan // Вестник КазНУ серия географическая. – 2016. – No. 1/2 (42). – С. 328-333.

100 Предварительные данные за 2022 год: статистический ежегодник / Главный редактор Ж.Н. Шаймарданов. – Астана: Агентство по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан Бюро национальной статистики, 2023. – 221 с.

101 Ердаuletov C.P., Алиева Ж.Н., Актымбаева А.С. Перспективы развития и пространственной организации агротуризма в Алматинской области Республики Казахстан // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2017. – Т. 3, № 3. – С. 12-19.

102 Creswell J. Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions. – Thousand Oaks; CA: Sage, 1998. – 448 p.

103 Туризм Казахстана: учебное пособие / коллектив авторов под ред. Ердаuletova C.P. – Алматы: Бастау, 2015. – 520 с.

104 Mika M. Założenia i determinanty podtrzymywalności lokalnego rozwoju turystyki / Wyd. IGiGP. – Kraków: Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2014. – 238 с.

105 Lee J. Motivation of women entrepreneurs in Singapore. Women in Management Review. – 1996. – No. 11 (2). – P. 18–29.

106 Ganesan R., Kaur D., Maheshwari R.S. Women entrepreneurs: problems and prospects // Journal of Entrepreneurship. – 2002. – No. 11(1). – P. 75–93.

107 Filimonau V., Matyakubov U., Matniyozov M., Shaken A., Mika M. Women entrepreneurs in tourism in a time of a life event crisis // Journal of Sustainable Tourism. – 2024. – No. 32 (3). – P. 457–479.

108 Jachimowicz E., Krzyżanowska K., Pozarolnicze funkcje gospodarstwa rolniczego na przykładzie jego działalności agroturystycznej // Wydawnictwo SGGW. – Warszawa, 2004. – P. 93-95.

109 Block J.H., Wagner M. Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: characteristics and earnings differentials // Schmalenbach Business Review. – 2010. – Vol. 62. – P. 154-174.

110 Deli F. Opportunity and Necessity Entrepreneurship: Local Unemployment and the Small Firm Effect // Journal of Management Policy and Practice. – 2011. – Vol.12, № 4. – P. 38-57.

111 Williams N., Williams C.C. Beyond necessity versus opportunity entrepreneurship: some lessons from English deprived urban neighbourhoods// International Entrepreneurship and Management Journal.– 2014.– Vol. 10, № 1.– P. 123-40.

112 Block J., Sandne P. Necessity and Opportunity Entrepreneurs and their Duration in Self-employment: Evidence from German Micro Data // Journal of Industry, Competition and Trade. – 2009. – Vol. 9, № 2. – P. 117-337.

113 Fossen F.M., Büttner T.J.M. The returns to education for opportunity en-

trepreneurs, necessity entrepreneurs, and paid employees // *Economics of Education Review*. – 2013. – Vol. 37. – P. 66–84.

114 Zali M.R., Faghieh N., Ghotbi S., Rajaie S. The effect of necessity and opportunity driven entrepreneurship on business growth // *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*. – 2013. – Vol. 7, № 2. – P. 100-108.

115 Kenebayeva A.S. A study of consumer preferences regarding agritourism in Kazakhstan: a comparative study between urban and rural area consumers // *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. – 2014. – Vol. 6, № 1. – P. 27-39.

116 Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма: Учебник. – М.: КНО-РУС, 2008. – 400 с.

117 Саранча М.А. Методологические проблемы интегральной оценки туристско-рекреационного потенциала территории // *Вестник удмуртского университета*. – 2011. – Вып. 1. – С. 118-127.

118 Власенко О.В. Методика определения агротуристической привлекательности сельских поселений // *Аграрный вестник Урала*. – 2008. – № 7. – С. 24-26.

119 Шумакова О.В., Косенчук О.В., Новиков Ю.И., Нардин Д.С. Методика оценки агротуристического потенциала сельских территорий // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 2. – С. 5478-5481.

120 Котлярова О.В., Бай Т.В. // Разработка универсальной модели оценки туристского потенциала территорий в образовательном процессе // *Вестник ЮУрГУ*. – 2015. – Т. 15. – № 1. – С. 9–13.

121 Смиренникова Е.В. Туристический потенциал Архангельской области: геоинформационная оценка [Текст]: автореф. дис. ... канд. географ. наук: 25.00.36. – Архангельск, 2011. – 184 с.

122 Республика Казахстан / под ред. А.Р. Медеу. 2-е изд. – Алматы, 2010. – Т.2. Социально-экономическое развитие. – С. 174-178.

123 Кундиус В.А., Чермянина В.В. Проблемы и перспективы агротуризма в регионе // *Известия Алтайского государственного университета*. – 2011. – № 2. – С. 289.

124 Нехода Е.В., Турлов А.В., Загайнов А.А. Сельский туризм и занятость (на примере Томской области) // *Вестник Томского государственного университета. Экономика*. – 2015. – № 3 (31). – С. 43-55.

125 Sellers-Rubio R., Casado-Díaz A.B. Analyzing hotel efficiency from a regional perspective: the role of ecological determinant // *International Journal of Hospitality Management*. – 2018. – No. 75. – P. 75-85.

126 Hung W.-T., Ding H.-Yi., Lin S.-T. Determinants of performance for agritourism farms: an alternative approach // *Current Issues in Tourism*. – 2016. – № 19 (13). – P. 1281-1287.

127 Plokhikh R., Fodor G., Shaken A., Mika M., Dávid L.D. Investigation of Environmental Determinants for Agritourism Development In Almaty Region of Kazakhstan // *GeoJournal of Tourism and Geosites*. – 2022. – No. 41(2). – С. 354–361.

128 Плохих Р.В., Шакен А.Ш., Мика М. Оценка и картирование экологи-

ческих детерминантов развития агротуризма в Алматинской области Казахстана // Вопросы географии и геоэкологии. – 2019. – №2. – С. 32–44.

129 Сурнина В.В. Направления совершенствования современной государственной политики туризма: сельский туризм // Вестник МГОУ. Серия История и политические науки. – 2011. – № 4. – С. 168-176.

130 Динамика основных показателей социально-экономического развития Алматинской области за 1991-2023 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stat.gov.kz/api/iblock/element/region/35521/file/ru/> (дата обращения 06.09.2021).

131 Волков С.К. Сельский туризм в Российской Федерации: тенденции и перспективы развития // Экономика, предпринимательство и право. – 2012. – № 6 (17). – С. 30-38.

132 Транспорт в Республике Казахстан: статистический сборник 2017-2021 / главный редактор Шаймарданов Ж.Н. – Астана: Агентство по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан Бюро национальной статистики, 2022. – 126 с.

133 Федоров В.А. Сельский туризм как основной путь развития внутреннего и въездного туризма страны // Молодой ученый. – 2014. – № 11. – С. 236-238.

134 Kubal-Czerwińska M. Agroturystyka jako czynnik aktywizacji zawodowej kobiet na obszarach górskich województwa małopolskiego [Agritourism as a factor of vocational activation of women in mountain areas of the Małopolska voivodship]: PhD thesis. – Kraków: Jagiellonian University, 2018. – P. 141-159.

135 Казахстан: ускорение экономической диверсификации / под редакцией Кима Андерсона, Джованни Капаннелли, Эдмона Гинтинга и Киёши Танигучи. – Asian Development Bank, 2018. – С. 9.

136 Committee on Statistics of the Republic of Kazakhstan, Official statistics 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stat.gov.kz/en/methodology/25856/> (дата обращения 06.09.2021).

137 World Bank 2018, Kazakhstan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/country/kazakhstan> (дата обращения 06.09.2021).

138 Wojciechowska J., Uaisowa A. «Development opportunities of agritourism in Kazakhstan» in Warsztaty z Geografii Turyzmu, Uniwersytet Łódzki. – Łódź, 2014. – P. 311-325.

139 Шакен А.Ш., Плохих Р.В., Байбуриев Р.М. Планирование и развития агротуризма на основе исследования элементов природной среды сельских территорий Казахстана // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2016. – №3, Том 2 (12). – С. 46-59.

140 Агротуризм: колл. монография / С.Р. Ердаuletov, К.А. Искакова, А.С. Актымбаева, У.Т. Кошкимбаева [и др.]. – Алматы: Қазақ университеті, 2017. – 170 с.

141 Плохих Р.В. Агротуризм Карагандинской области: возможности и проблемы развития // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. –

2017. – Т. 3, № 3. – С. 53-64.

142 Aktymbayeva A.S., Nuruly E., Aizholova G.R., Aktymbayeva B.I. Analysis of the development of modern agri-tourism in West Kazakhstan Region // Journal of environmental management and tourism. – 2017. – Vol. 8, No. 4 (20). – P. 902-910.

143 Ердаuletтов С.Р., Артемьев А.М., Актымбаева А.С., Шакен А.Ш. Еще раз о необходимости создания системы научного обеспечения развития туризма в Казахстане // Вестник КазНУ. Серия географическая. – 2016. – № 43(2). – С. 111-116.

144 Шакен А.Ш., Токбергенова А.У. Оценка элементов природной среды сельских территорий Казахстана для развития агротуризма // Сборник Материалов международного форума молодых ученых «Burabay Forum: Международное Сотрудничество Казахстана», 8-11 август, 2018 г. – С. 143-148.

145 Ердаuletтов С.Р., Кошкимбаева У.Т. Туризм и активизация населения сельских территорий // Реалии и прогнозы демографического развития Евразийского пространства. – Уральск, 2004. – С. 11-17.

146 Ердаuletтов С.Р., Кошкимбаева У.Т. Энотуризм – новый фактор активизации сельских территорий // Вестник КазНУ. Серия географическая. – 2004. № 1 (18). – С. 154-161.

147 Ердаuletтов С.Р., Кошкимбаева У.Т. Энотуризм и социально-экономическое развитие регионов // Туризм и устойчивое развитие регионов. – Тверь, 2005. – С. 18-20.

148 Темирбулатова М.А. Унификация туристики в аграрном секторе: Казахстанская модель в условиях устойчивого развития и «зеленой» / Вестник Карагандинского университета. Серия «Экономика». – 2012. – № 3 (67). – С. 32-41.

149 Давлетова М.Т., Турсумбаева М.Ж. Агротуризм как фактор повышения конкурентоспособности сельского хозяйства // Статистика, учет и аудит. – 2013. – Т. 1, № 48. – С. 91-94.

150 Ердаuletтов С.Р., Плохих Р.В., Актымбаева А.С., Артемьев А.М., Сакыпбек М.А., Шакен А.Ш. Проблема разработки концептуальной модели активизации сельских территорий Казахстана посредством развития агротуризма // Индустрия туризма и сервиса: известность, имидж, инвестиции // сб. ст. по матер. межд. научно-практ. конф., 23 ноября 2017 года (Белгород, РФ). – Белгород: ИД Белгород НИУ «БелГУ», 2017. – С. 17-20.

151 Зиядин С.Т., Блембаева А. Агротуризм как фактор развития сельских территорий в Республике Казахстан // IX Международная научно-практическая конференция «Актуальные вопросы экономики и агробизнеса». – Брянск, 01-02 марта 2018. – С. 257-261.

152 Сартанова Н.Т., Сартанова Е.Т. Государственный уровень поддержки агротуризма в Казахстане // Агротуризм в устойчивом развитии сельских территорий. – Улан-Удэ, 29 июня 2018 г. – С. 189-194.

153 Тлеубаева А., Секен А. Модели развития сельского туризма в Казах-

стане – залог устойчивого развития сельских территорий (на примере Акмолинской области) // София: электрон. науч.-просветит. журн. – 2019. – № 1. – С. 58–64.

154 Kenebayeva A.S., Syzdykbayeva B.U. A study on consumer's preferences for experiential agritourism services // Scientific Journal Herald L.N. Gumilyov Eurasian National University. – 2013. – Vol. 5, № 96. – P. 15-20.

155 Shaken A.Sh. & Plokhikh R.V. Natural environment elements as conditions for agritourism successful development (by the case of Kazakhstan's content) // 17th theoretical and practical conference «Opportunities for development of tourism of Siberian region and neighboring areas» // IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 204 (2018) 012042. – P. 1-2.

156 Pirozhnik I. The development of agrotourism services in the tourism market in Belarus // Ekonomiczne Problemy Turystyki. – 2015. – Vol. 2, No. 30. – P. 87-107.

157 Blazhevich I. Cultural values in tourist services of agrotourist farms in Belarus // Człowiek i jego działania. Spojrzenie geografa. Prace dedykowane Profesorowi Włodzimierzowi Kurkowi, eds M Drewnik M Mika. – Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, 2017. – P. 47-60.

158 Kubal M., Mika M. Agritourism in Poland – the legal model and the realities of the market // Current Issues of Tourism Research. – 2012. – Vol. 2, № 1. – P. 4–11.

159 Shaken A., Mika M., Plokhikh R.V. Exploring the social interest in agritourism among the urban population of Kazakhstan // Miscellanea Geographica. – 2020. – No. 24(1). – P. 16–23.

160 Шакен А.Ш. Потребительские предпочтения как базис развития услуг агротуризма // Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Фараби Әлемі». – Алматы, Казахстан, 2-12 апреля 2019 года. – С. 335.

161 Bednarek-Szczepańska M. Mit o agroturystyce jako szansie rozwojowej dla polskiej wsi [The myth of agritourism as a development opportunity for Polish rural areas] // Czasopismo Geograficzne. – 2011. – Vol. 82, No. 3. – P. 249-270.

162 Состояние сельского хозяйства в Алматинской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://world-nan.kz/news/sostoyanie-selskogo-khozyaystva-v-almatinskoyi-oblasti> (дата обращения: 12.11.2023).

163 Сельское, лесное и рыбное хозяйство в Алматинской области: статистический сборник. – Алматы: Департамент Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан по Алматинской области, 2022. – 155 с.

164 Мониторинг развития села: статистический сборник. – Алматы: Департамент Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан по Алматинской области, 2022. – 104 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Опросный лист

РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

В каком году Вы начали работать по направлению «агротуризм»:

- 1) менее полгода
- 2) до 1 года
- 3) от 1 года до 2 лет
- 4) от 2 до 3 лет
- 5) более 3 лет

Сколько агротуристов Вы можете принять одновременно (в один период времени):

- 1) до 5 человек
- 2) от 5 до 10 человек
- 3) от 10 до 20 человек
- 4) более 20 человек

Какие группы агротуристов Вы принимаете:

- 1) дети
- 2) молодежь
- 3) люди пожилого возраста
- 4) семьи с детьми разного возраста
- 5) люди одного возраста
- 6) преимущественно женщин
- 7) преимущественно мужчин
- 8) смешанная группа без возрастного и гендерного деления

Как Вы размещаете агротуристов:

- 1) в доме с членами вашей семьи
- 2) в отдельном доме
- 3) без размещения

Какой тип питания Вы предоставляете агротуристам:

- 1) полный пансион с трехразовым питанием по типовому меню входит в общую стоимость
- 2) полный пансион с трехразовым питанием с выбором меню агротуристами входит в общую стоимость
- 3) полный пансион с трехразовым питанием по типовому меню входит в общую стоимость и приготовление дополнительных блюд за дополнительную оплату

- 4) полный пансион с трехразовым питанием входит в общую стоимость и самостоятельное приготовление блюд агротуристами
- 5) только завтрак входит в общую стоимость и самостоятельное приготовление блюд за дополнительную оплату
- 6) при условии дополнительной оплаты
- 7) созданы условия для самостоятельного приготовления блюд и обеспечения продуктами
- 8) созданы условия для самостоятельного приготовления блюд, но продуктами не обеспечиваем

Какие достопримечательности могут посетить Ваши агротуристы:

- 1) природные _____
- 2) исторические _____
- 3) культурные _____
- 4) хозяйственные (ягодные плантации, кукурузный лабиринт) _____
- 5) другое _____

Сотрудничаете ли Вы с туристскими фирмами:

- 1) да
- 2) нет
- 3) иногда
- 4) хотели бы
- 5) предпочитаем работать без посредников

Как Ваши гости узнают о вас:

- 1) реклама в СМИ
- 2) сайт или страница в социальной сети в Интернет
- 3) «сарафанное» радио
- 4) другое _____

Имеются ли у Вас постоянные клиенты, посещающие Вас регулярно:

- 1) да
- 2) нет

Сколько процентов от всех гостей за год приходится на постоянных клиентов:

- 1) менее 10%
- 2) от 10 до 20 %
- 3) от 20 до 30 %
- 4) от 30 до 40 %
- 5) от 40 до 50 %
- 6) более 50 %

РАЗДЕЛ 2. ИНФОРМАЦИЯ О ДОМОХОЗЯЙСТВЕ

Специализация Вашего домохозяйства:

- 1) растениеводство
- 2) животноводство
- 3) пчеловодство
- 4) смешанная
- 5) другое _____

Форма юридической организации Вашего домохозяйства:

- 1) ИП
- 2) ТОО
- 3) другое _____

Какой основной источник доходов для Вашей семьи:

- 6) растениеводство
- 7) животноводство
- 8) агротуризм
- 9) другое _____

РАЗДЕЛ 3. СТИМУЛЫ И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА

Укажите причины для работы в сфере агротуризма:

Кто был инициатором работы в сфере агротуризма:

Кто из членов Вашей семьи больше вовлечен в работу в сфере агротуризма:

Откуда были получены финансовые ресурсы для работы в сфере агротуризма:

- 1) собственные средства
- 2) кредиты
- 3) займы
- 4) другое _____

Планируете ли Вы новые инвестиции для работы в сфере агротуризма:

Как Вы расходуете доходы от работы в сфере агротуризма:

Как Вы получили знания, необходимые для управления агротуристским предприятием:

Как Вы узнаете о новых продуктах и услугах в сфере агротуризма:

Укажите серьезные препятствия на пути развития Вашего агротуристского предприятия:

Что нужно сделать, чтобы упростить Вашу работу в сфере агротуризма:

Имеется у Вас поддержка от местных органов власти:

- 1) да
- 2) нет

Входите Вы в ассоциацию в сфере агротуризма:

- 1) да
- 2) нет

Укажите наименование ассоциации в сфере агротуризма:

Чем помогает ассоциация развития вашего агротуристского предприятия:

Вы сотрудничаете с другими агротуристскими хозяйствами в Вашем регионе:

В чем заключается сотрудничество с другими агротуристскими хозяйствами в Вашем регионе:

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Анкета определения спроса и потребительских предпочтений

Уважаемые респонденты! Данный опрос направлен на исследование возможностей и перспектив развития агротуризма на территории Республики Казахстан. Результаты опроса будут использованы только в исследовательских целях. Ответы поступают анонимно. Спасибо за уделенное Вами время!

Первая часть опроса направлена на выявление демографических характеристик респондентов

Вопрос	Ответы
Пол	- Мужской - Женский
Возраст	- 18 – 24 - 25 – 34 - 35 – 44 - 45 – 54 - 55 и старше
Семейное положение	- Не замужем/холост - Замужем/женат - Детей нет - Дети до 12 лет - Дети старше 12 лет - Другой вариант (укажите)
Образование	- Закончил школу - Бакалавр - Магистр - Два или более высших образования - Ученая степень
Занятость	- Государственное учреждение - Предприниматель - Частная компания - Студент - Пенсионер - Другое
Месячный доход	- 25000-50000 тенге - 50000-75000 тенге - 75000-100 000 тенге - 100 000 тенге и выше
Частота каникул / отпуска	- Один раз в год - Два раза в год - Другое

Продолжительность каникул / отпуска	- Неделя - Десять дней - Две недели - Месяц - Другое (свой вариант)
Частота путешествий	- Один раз в году - Более одного раза в год
Цель путешествий	- Отпуск - Каникулы - Другое (укажите)
Основные места путешествий	- Внутри страны - За пределами страны - Внутри страны и за пределами

Опрос потенциальных потребителей агротуристских услуг

Вопрос	Ответы
Какой вид туризма для Вас наиболее предпочтителен?	- Туры выходного дня - Пляжный - Экскурсионный - Спортивный - Агротуризм - Экотуризм - Сочетание разных видов туризма
В какое время года Вы предпочитаете отдыхать?	- Летом - Зимой - Осенью - Весной - Не имеет значение
Слышали ли Вы об агротуризме Казахстана?	- Да - Нет - Слышал, но не думал об этом - Хотел бы попробовать, мне интересно
Привлекателен ли агротуризм для себя?	- Да - Скорее да - Нет - Скорее нет - Затрудняюсь ответить
Хотели бы Вы проводить свое отпускное / каникулярное время в сельской местности?	- Да - Нет - Затрудняюсь ответить

Как часто вы занимаетесь физическим трудом (на работе, на даче и т.д.)?	- Часто - Не так часто - Редко - Очень редко
Если да, то как часто?	- Ежедневно - 1 раз в неделю - 1 раз в месяц
Как далеко от постоянного места жительства вы готовы уехать в рамках агротура?	- Вблизи места постоянного проживания - В пределах административного района - В пределах административной области - За пределы города - За пределы административной области
Что является наиболее важным при выборе отдыха в сельской местности?	- Проживание в отдельном сельском доме - Питание экологически чистыми продуктами - Экскурсии и знакомство с историей - Наблюдение и участие в народных обрядах - Знакомство с особенностями национальной кухни - Возможность участвовать в уходе за домашним скотом - Работа в огороде - Охота и рыбалка - Катание на лодках - Занятия спортом - Приобретение навыков народного ремесла - Оздоровление (кумыс, шубат, мед и т.д.) - Другое участие в хозяйственной деятельности принимающей сельской семьи
Пожалуйста, оцените важность наличия следующих удобств в рамках агротура	1. Ванная комната и туалет в доме 2. Сельская домашняя кухня (питание) 3. Сельская баня 4. Наличие места для парковки автомашины 5. Наличие вблизи продуктового магазина 6. Возможность использования банковской карты для оплаты 7. Наличие зоны для пикника 8. Доступность сотовой связи и Интернет 9. Специальная инфраструктура (для лиц с ограниченными возможностями) 10. Другое (укажите свой вариант) _____

Какие ассоциации у Вас вызывает агротуризм?	1. Возможность развлечений для детей и проведения досуга для взрослых в сельской усадьбе; 2. Получение новых впечатлений и знаний о сельской жизни и быте; 3. Чистый воздух, тишина и экологически чистые, натуральные продукты питания; 4. Комфортные условия проживания; 5. Ощущение близости и единения с природой; 6. Спокойствие и размеренная сельская жизнь
Определите основные причины выбора агротура	1. Близкое расположение к месту постоянного проживания 2. Получение знаний о сельскохозяйственном производстве 4. Приобретение экологически чистых продуктов питания 5. Отдых от городской суеты 6. Приобщение к трудовой сельскохозяйственной деятельности детей 7. Детские воспоминания связаны с сельской местностью 8. Другое (уточните)
Является ли обеспечение безопасности во время отдыха в сельской местности важным фактором?	- Да - Нет - Затрудняюсь ответить
Какую сумму Вы готовы потратить за одни сутки на проживание в сельском доме включая питание?	1. 0-5000 тенге 2. 5000-10000 тенге 3. 11000-16000 тенге 4. 17000-22000 тенге 5. 23000 тенге и выше