

мерах государственной поддержки производителей органических продуктов в Ульяновской области» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.agro-ul.ru

5. Сушкова, С.Н. Эволюция территориальных социально-экономических систем в агропродовольственной сфере ульяновской области / С.Н. Сушкова, Т.Ю. Сушкова // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. – 2013. – № 1 (21). – С. 173 – 177.

REGIONAL EXPERIENCE IN THE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS

Markelova S.V.

Keywords: *agriculture, rural areas, domestication experience, agribusiness, economic development, region, Ulyanovsk region.*

Presents the purpose, objectives and procedures of the Agency for rural development of the Ulyanovsk region. Considered the Foundation for sustainable rural development, sample structure and content of programs, the specificity of the region and its reflection in the programmes of rural development. Presents the priorities of the Agency for the near future.

УДК 338.48

ПОВЫШЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ НА ОСНОВЕ ЭКОТУРИЗМА

*Маракулина И.В., кандидат экономических наук, доцент
Старкова Д.Л., кандидат сельскохозяйственных наук,
доцент*

ФГБОУ ВПО Вятская ГСХА

Ключевые слова: *маркетинговые исследования, туризм,*

маркетинг территории, Кировская область

Статья посвящена вопросам маркетингового и экономического обоснования проекта экотуризма в Кировской области для повышения устойчивости развития сельских территорий

Вопросам управления социально-экономическим развитием и внедрения в практику методов, способствующих устойчивому развитию сельских территорий, сегодня уделяется большое внимание. Общественность, представители бизнеса и местные органы управления пытаются решить проблемы продвижения территории, при этом одним из факторов успеха является построение на основе конкурентных преимуществ стабильного, легко узнаваемого, потенциально привлекательного имиджа и разработка на его основе стратегии позиционирования региона.

Специфика маркетинга территорий проявляется в наличии четырех взаимосвязанных целевых аудиторий (жители, приезжие, инвесторы, потребители товаров и услуг территории), каждая из которых преследует свои интересы во взаимодействии с регионом [1, с.16]. В связи с этим вопросы развития внутреннего туризма необходимо рассматривать с учетом влияния на все целевые аудитории, а не только с позиции потенциальных путешественников.

В ходе маркетингового исследования выявлено мнение жителей Кировской области, других регионов России и ближнего зарубежья о привлекательности Кировской области в аспекте инвестиционной, туристической, социальной и производственной привлекательности. В рамках исследования было проведено анкетирование респондентов, а также анализ источников вторичной маркетинговой информации. База данных исследования сформирована по 89 переменным и 150 объектам, обработка результатов выполнена в SPSS Statistics 17.0.

Маркетинговое исследование шести ключевых параметров восприятия Кировской области показало, что наиболее высоким баллом респонденты оценили красоту природы, историческое и культурное наследие Кировской области (рис.1).

Наибольший интерес у опрошиваемых вызывает посещение Кировской области с целью паломничества (28,7%) и сана-

торно-курортное лечение (27,1%), однако при обращении к данным статистики [2] наблюдается отрицательная динамика показателей санаторно-курортного обслуживания населения при общем росте туристического потока (табл. 1).

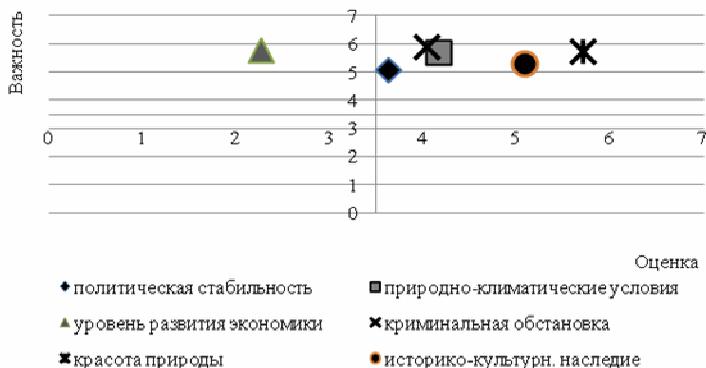


Рисунок 1 – Основные параметры восприятия региона в соотношении «Важность параметра – Оценка воспринимаемого уровня параметра»

В связи с этим целесообразно рассмотреть перспективы развития новых туристических продуктов для сохранения потока приезжих и устойчивого развития сельских территорий.

Одно из направлений исследования касалось оценки различных критериев, влияющих на формирование основных характеристик привлекательности территории. С использованием балльной шкалы респонденты оценивали основные параметры, влияющие на восприятие туристической инфраструктуры, инвестиционной привлекательности и оценку продукции местных производителей. Результаты исследования обработаны с помощью процедуры факторного анализа. Так, при оценке туристической привлекательности Кировской области первую группу переменных можно объединить в фактор «транспортная инфраструктура», второй важный для потребителей фактор – «стоимость туристических услуг». При оценке инвестиционной привлекательности территории выявлено преобладающее влияние

Таблица 1 – Развитие туризма и отдыха в Кировской области

Показатели	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2013 г. в % к 2008 г.
Число детских оздоровительных учреждений, действовавших за лето, единиц	879	801	749	716	712	718	81,7
Численность детей, отдохнувших за лето в детских оздоровительных учреждениях, тыс. чел.	75	68,7	71,8	69,9	68,3	67,7	90,3
Число санаторно-курортных организаций и организаций отдыха, единиц	35	30	32	31	30	25	71,4
Численность размещенных лиц в санаторно-курортных организациях и организациях отдыха, тыс. чел.	89,5	83	85,2	84,2	80,8	75,7	84,6
Число гостиниц и аналогичных средств размещения, единиц	46	66	48	50	49	52	113,0
Численность размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения, тыс. чел.	137,4	137,9	124,3	137,4	140,1	132,8	96,7
Число туристских фирм, единиц	57	72	66	112	120	140	245,6
Число реализованных населению турпакетов, единиц	12488	8841	11803	15340	20723	27924	223,6

фактора «отношение региональной власти к бизнесу», который объединяет в себе и переменные политики региональной власти, и экономические параметры, включая уровень налоговой нагрузки.

В свою очередь, на формирование привлекательности продукции Кировских производителей оказывают влияние факторы «доверие к производителю», «дизайн продукции» и «экологичность продукции». Все названные факторы могут быть учтены в проекте развития сельского туризма.

В условиях спада сельскохозяйственного производства и роста безработицы на селе развитие сельского туризма имеет особенно важное значение, которое проявляется в нескольких взаимосвязанных аспектах:

- экономический аспект: туризм как источник дохода для сельского населения в условиях использования природного, социокультурного и исторического наследия;

- микроэкономический аспект: вклад в улучшение собственного дома, увеличение домашнего хозяйства;

- социокультурный аспект: взаимодействие сельских и городских жителей предполагает повышение значимости экологии, культурных традиций;

- личный аспект: повышение квалификации, приобретение новых знаний и навыков, укрепление самооценки жителей села;

- социальный аспект: кооперация жителей для создания полноценного турпродукта приводит к улучшению социально-психологического климата на этой территории.

Развитие экотуризма в Кировской области с ее природными богатствами, обилием сел и возможностями подготовки квалифицированных кадров может использоваться как важный инструмент повышения устойчивости развития сельских территорий. Одним из предложений является проект создания «Зеленых домов» – частных микрогостиниц по приему туристов в собственных усадьбах.

При внедрении проекта «Зеленый дом» на базе существующего объекта жилой недвижимости требуются минимальные

инвестиции на ремонт, благоустройство и маркетинговое продвижение. Экономическая оценка проекта (табл. 2) выполнена для планового числа гостей 3 чел. и загрузки 162 дня в год с учетом сезонности спроса на туристические услуги.

Таблица 2 – Основные показатели эффективности проекта «Зеленый дом»

Показатель	Значение в расчете на 1 гостевой дом
Первоначальные инвестиции, тыс. руб.	250
Выручка в год, тыс. руб.	583
Затраты в год, тыс. руб.	262
Плановая прибыль, тыс. руб.	321
Рентабельность инвестиций, %	128
Срок окупаемости, мес.	9
Плановые налоговые поступления в бюджет (УСНО), тыс. руб.	35

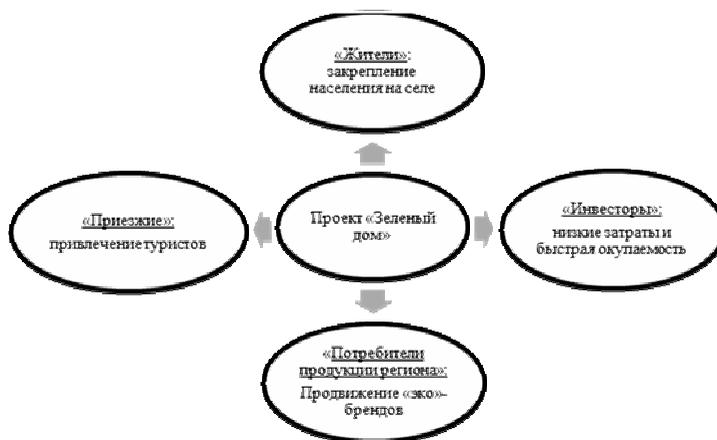


Рисунок 2 – Комплексное влияние проекта «Зеленый дом» на целевые группы

Основным конкурентным преимуществом сельского гостевого дома является предоставление круглогодичных услуг в сфере агро- и экотуризма по приемлемой цене. Кроме того, он позволяет познакомиться с традиционными ремеслами, сохранившимися в сельской местности, дает возможность поучаствовать в процессе создания изделий народных промыслов, традиционных деревенских продуктов.

Участие селян в программе экотуризма положительно отразится не только на благосостоянии сельского населения, увеличении производства и реализации сельскохозяйственной продукции, но и на бюджете района в целом. Основные направления влияния проекта целевые аудитории территориального маркетинга отражены на рис. 2.

Ожидаемый результат от разработки и внедрения проекта гостевых домов в агро- и экотуризме, поддержка социально направленного самостоятельного туризма в первую очередь даст возможность сформировать устойчивый положительный имидж Кировской области, привлечь потенциальных инвесторов для реализации проектов по развитию туристской инфраструктуры; увеличить поток приезжих, что позволит повысить вклад туризма в экономику области; повысить конкурентоспособность региональных туристских услуг на рынке.

Библиографический список:

1. Арженовский, И.В. Маркетинг регионов: учебное пособие / И.В. Арженовский. – М.: Юнити-Дана, 2011. – 135 с.
2. Региональная база статистических данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Кировской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kirovstat.gks.ru.
3. Бондаренко Л.В. Состояние социально-трудовой сферы села и предложения по ее регулированию / Л.В. Бондаренко, Л.В. Мигачева, Н.В. Соломяная и др. // Отчет о НИР протокол № 40 от 22.11.2012. (Министерство сельского хозяйства РФ)

IMPROVING THE SUSTAINABILITY OF RURAL DEVELOPMENT BASED ON ECOTOURISM

Marakulina I.V., Starkova D.L.

Keywords: *marketing research, tourism, marketing of territories, the Kirov region.*

The article is devoted to marketing and economic feasibility of the project of ecotourism in the Kirov region to improve the sustainable development of rural territories.

УДК 657.3.421.9

ИНВЕСТИЦИИ В МЕЛИОРАЦИЮ – ПУТЬ РОСТА ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

*Матвеева К.А., соискатель
ФГБОУ ВПО «Казанский ГАУ»*

Ключевые слова: *мелиорация, учет земель, сельское хозяйство, мелиоративные работы, коренное улучшение земель, капитальные вложения.*

Работа посвящена учету мелиоративных работ. Автором были рассмотрены проблемы учета мелиоративных работ и выявлены пути их решения.

За последние несколько лет в Татарстане прослеживается тенденция увеличения потерь урожая. Причиной этому являются погодные условия: каждый второй год здесь засушливый, каждый третий – неурожайный. Вследствие чего ухудшается кормовая база и уменьшается поголовье скота. Поэтому наиболее важным фактором, обеспечивающим устойчивость сельско-