

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ТУРИЗМА В КЫРГЫЗСТАНЕ

Агротуризм - это сектор туристической отрасли, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и её специфики для создания комплексного туристского продукта.

На сегодняшний день агротуризм – самый перспективный бизнес на селе. Люди в больших городах устали от урбанизации, от неестественных шумов и суеты. Все чаще начинает тянуть человека к естественной природе, к земле. Раньше было принято считать, что хороший бизнес можно сделать в городе, но ситуация изменилась. Мобильная связь и Интернет дают возможность делать бизнес и управлять им, где угодно. У сельского жителя появилась возможность заработать на горожанах, которые предпочитают отдохнуть в естественных природных условиях. Для того чтобы заняться агротуризмом, особенно имея свой дом в деревне, нужно совсем немного вкладывать. Деревенский домик позволяет предоставлять его на длительный период или арендовать только на выходные дни.

Таким образом, агротуризм — трудоемкий вид деятельности, который содействует оптимизации территориальной структуры хозяйства, дает новую жизнь неперспективным селам и деревням, увеличивает число рабочих мест, снижает уровень безработицы, растет благосостояние сельских жителей, саморазвитие и самообразование. Особенности развития туротрасли в сельской местности следующие:

- 1) возможность диверсифицировать виды сельского туризма;
- 2) предоставлять различные виды отдыха (пляжный отдых, рыбалка, водный туризм, горный, конный, экологический, спортивный и экстремальный туризм);
- 3) природные и культурные достопримечательности;
- 4) бальнеологические ресурсы (отдых и лечение).

Различные запросы и финансовые возможности туристов позволяют задействовать разные слои сельских жителей.

Аграрный туризм может стать источником пополнения местного и государственного бюджета, а также новым продуктом для республиканских и туристических фирм. Туризм следует развивать на основе тщательного планирования, привлекая местное население, с целью обеспечения равновесия между экономическими, культурными и религиозными ценностями и охраной окружающей среды для достижения устойчивого развития.

Нет точной даты возникновения аграрного туризма. Некоторые считают, что его родиной является Австрия, но в большинстве случаев сходятся во мнении, что этот вид хозяйственной деятельности зародился во Франции и Италии в 1950-1970 гг. Агротуризм как специфический турпродукт неслучайно зародился именно в Западной Европе. Европейцам надо было показать, что в сельской местности можно зарабатывать деньги не только выращиванием сельскохозяйственных культур и разведением скота.

Например, в 2001 г. в Италии "пиковые" периоды (например, пасхальных каникул) 1000 турферм Италии пропускала уже до 300 тыс. отдыхающих. В 2002 г. только в августе ("высокий сезон") более 600 тыс. туристов отдохнули в агротуристических центрах, а за все лето 2002 г. планировалось принять 1,25 млн. человек. Здесь хорошо видно, что объемы и уровень организации агротуристического бизнеса позволяют рассматривать его как динамично растущий сектор современной туристической индустрии.

В Шри-Ланке, в удаленной от океанского побережья сельской местности, в центральной горной части острова действует так называемый "культурный центр" - то, что в турбизнесе сейчас называют "VIP-деревня": современное турпредприятие, предлагающее полный пакет туруслуг, с проживанием в отдельных стилизованных под традиционное жилище, но оборудованных всеми современными удобствами, включая кондиционер, бунгало, с обслуживанием и питанием на уровне отеля "5 звезд". Богатая

культурно-развлекательная программа, кухня, сопровождение – все выдержано в национальных традициях и стиле. При этом туристу обеспечен контакт с "живой природой", знакомство с сельскими ремеслами и промыслами, элементами традиционного быта и национальной культуры. Такой формат также может рассматриваться как сельский туризм.

В Малайзии концепция агротуризма ориентирована прежде всего на создание сельскохозяйственных парков, являющихся в основном государственными организациями, пропагандирующими национальное сельское хозяйство и приносящими доход от туризма. Первый в мире государственный Малайзийский сельскохозяйственный парк (площадью 1295 га) был основан в 1986 г. по инициативе Министерства сельского хозяйства как постоянно действующий выставочно-туристический, а также исследовательский центр в целях содействия развитию и популяризации сельского хозяйства Малайзии. В нем представлены различные направления ее аграрного сектора. В настоящее время по всей стране развернута сеть таких парков, находящихся в собственности государства или, реже, местных фермерских ассоциаций. Туристам предлагается проживание в традиционных жилищах ("пондок"), шале или гостиницах, окруженных джунглями или плантациями, национальная кухня, возможность поучаствовать в сельскохозяйственных занятиях и развлечениях (катание на лошадях и пони, лодках и т. п., прогулки по джунглям с сопровождающим, рыбалка и т. п.). Параллельно с сельскохозяйственными парками практикуется посещение туристами крупных (до 1,5 тыс. га), например, молочных ферм и исторических (начала 19 в.) деревень.

В Германии, как и в других странах зарубежной Европы, одной из причин развития агротуризма стал кризис сельскохозяйственного производства. Например, фермер из Баварии переориентировал свою ферму на прием туристов: перестроил водяную мельницу в экзотическое кафе, собрал в сарае довольно богатую коллекцию весьма древней сельхозтехники, наконец, соорудил пруд в котором нашли пристанище все представители местной флоры и фауны. Так вскоре малоприбыльная ферма превратилась в процветающее агротуристическое хозяйство, где туристам предлагается отдых на природе и экологически чистые продукты.

В Германии агротуризм рассматривается в рамках так называемой концепции "устойчивого развития" (sustainable development) сельской местности и курируется министерством сельского хозяйства. Здесь концепция агротуризма несет большую социокультурную нагрузку: сохранение и популяризация традиционного облика деревни, "деревенской философии", традиционных навыков и ремесел. Это, впрочем, не исключает и экономических аспектов, о которых говорилось выше.

В каждой стране предпочтение отдается определенным типам размещения. Так, например, в Испании практикуются варианты размещения на фермах и в усадьбах (отдельные комнаты в наем), в сельских гостиницах, в отдельных частных домах, исторических зданиях (замках, монастырях).

Агротуризма Италии в основном предлагают размещение в апартаментах (предполагает несколько комнат, отдельный вход, санузел, кухню). Более того, такая агротуристическая программа, как "Спорт" предполагает размещение в кемпингах (гостиницах) при специализированных спортивных объектах в сельской местности - в Италии это также входит в сектор агротуризма. Программа "Традиционная гастрономия", напротив, предполагает размещение в агрохозяйствах, специализирующихся на определенном виде продукции – вина, оливковое масло, рыба, морепродукты и т. д. – в зависимости от региона.

Таким образом, мотивация деревенского отдыха – единение с природой, чистый воздух, экологически чистые продукты питания, смена обстановки, меньшее количество людей, отсутствие скученности населения, иной образ, распорядок и культура жизни, возможность участия в сельскохозяйственных работах и садоводстве, уход за животными,

участие в сборе даров природы (ягод и грибов) и, разумеется, что немаловажно, дешевизна отдыха. Это – кардинальная смена обстановки, позволяющая снять стресс, накопившийся за год работы в напряженных городских условиях, получить свою пайку здоровья и психологическую разгрузку.

Что даст развитие агротуризма в Кыргызстане? Во-первых, развитие сельского туризма создаст возможность краткосрочного и продолжительного отдыха на территории региона, продиктованную экологической ситуацией, а также транзитным положением области. В пользу развития агротуризма выступает следующий фактор: агротуризм является альтернативным способом предоставления временного жилья. Минимум затрат для организации агротуризма выступает одним из ключевых факторов. Развитию агротуризма способствует не только формирование соответствующей социальной базы, но и экономические предпосылки. На данном этапе развития сельского хозяйства туризм является спасательным кругом, он ведет к сокращению безработицы в сельской местности, к востребованности сельхозпродуктов.

Одним из первооснователей агротуризма в Кыргызстане является Кыргызская Ассоциация Туризма Основанного на Сообществах (КАТОС) "Хоспиталити Кыргызстан", ведущая в стране организация по лучшим достижениям и инновациям ТОС, является в этом направлении основной движущей силой. Своей основной целью Ассоциация ставит повышение жизненного уровня в отдаленных горных регионах посредством развития инфраструктуры и объектов туризма без ущерба для окружающей среды и культуры местных жителей.

КАТОС представляет лучшие достопримечательности каждого региона. Как правило, туроператоры являются членами местного сообщества, а продукты предлагаются местными ремесленниками. Члены местного сообщества показывают свои достопримечательные места и их красоту традиционным глубоким проникновением и погружением в их образ жизни, историю и культуру. Региональные представительства работают вместе для выявления последовательной политики предоставления услуг и ценообразования для создания наибольшей выгоды как для потребителей, так и для сферы сельского туризма. "Туризм, основанный на сообществах" означает поддержку продуктов, услуг, знаний и деятельности местных сообществ и предлагаемых местным населением. Всемирный Фонд природы (the World-wide Fund for Nature, WWF) использует следующее определение: "Туризм, основанный на сообществах является такой формой туризма, где местному сообществу принадлежит основной контроль над ним и вовлечение в его развитие и управление, а большая часть дохода остается внутри сообщества".

В экономике действует эффект мультипликатора, т. е. развитие какой-либо одной отрасли вызывает к жизни другие направления хозяйственной активности. Внедрение инновационных технологий в туризме не только окажет влияние на экономические подразделения данной отрасли, но и повлечет за собой развитие других хозяйственных секторов и повлияет на различные стороны социально — экономической жизни общества.

Для создания агротуризма при наличии туристских ресурсов в Кыргызской республике необходимо:

- средства размещения в сельской местности;
- поддержка этого вида деятельности на государственном уровне
- создание нормативно-правовой базы развития агротуризма на местном и национальном уровнях;
- разработка программ по развитию агротуризма на государственном уровне; организация специальных фондов, создание ассоциаций, объединение агротуристических хозяйств.

Создание ассоциаций агротуристического бизнеса является одним из эффективных рычагов развития агротуризма. Они должны решать задачи защиты интересов и агротуристических фирм; стандартизации и сертификации агротуристических услуг; поддержания стандартов качества туруслуг, а значит, и конкурентоспособности сектора

агротуризма как в регионе, так и в целом, по Кыргызстану: обучение фермеров иностранным языкам, кулинарии, Интернет— технологиям и т.д.

В Кыргызстане в секторе агротуризма пока работает мало компаний. Можно сделать вывод, что Кыргызский рынок въездного агротуризма пока не развит и спрос рекреантов малоизучен, у зарубежных лидеров туристической отрасли специальной политики продвижения освоенного агротуристического продукта на Кыргызском рынке пока нет. Таким образом, популяризация агротуризма как вида отдыха – внутренняя задача, которую необходимо решить для развертывания агротуризма в масштабный сектор Кыргызской туристической индустрии.

Агротуризм как вид индивидуального отдыха удовлетворяет запросы различных групп среднего класса, предполагая независимость передвижения, индивидуальную организацию досуга и экскурсионной программы.

Как уже говорилось, потенциальный клиент агротуризма – средний класс. Большие прибыли туротрасли начнутся тогда, когда будет по-настоящему развит внутренний и въездной (иностранной) туризм.

Разработка национальной концепции развития агротуризма для регионов Кыргызстана с учетом региональной, национальной и прочей специфики и активное развитие этого нового сектора могли бы помочь в решении задач, стоящих перед Кыргызстаном в целом, с одной стороны, и перед туристической отраслью – с другой.

Литература:

1. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития. -М., 2007.
2. Вестник Нацстаткома за 2009-2010 гг.
3. Енджейчик И. Современный туристский бизнес. Экостратегии в управлении фирмой. -М.: Финансы и статистика, 2003.
4. www.kyrgyzlife.to.kg
5. www.silkroad.com.kg