

**ТЕОРЕТИКО-ПРИКАЗНЫЕ АСПЕКТЫ СОЦЦИПЬИО-  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ПООИТИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
СТРАН ПЕНТРААЬНОЙ АЗИИ И СНГ**

**ТОМ 2**

## CONTENTS

sector	
<b>Khasanov M.M.</b> About importance of economic growth in public policy and interconnection with living standarts: myths and reality	225
<b>Dzhurayev B.M.</b> Problems and prospects of development of financial sector of Tajikistan in the conditions of limitation of financial resources	244
<b>Abdulloeva Sh.B.</b> Improving efficiency and economic development mechanism and environmental services markets	255
<b>Doolbekov Z.B., N.T. Supataeva, Rakhimbekova Zh.S.</b> Condition and trends of the economic development of Kyrgyzstan	266
<b>Erdavletov S.R., Koshkimbayeva U.T., Mukatova D.M.</b> Agritourism and activation of rural territories	278
<b>Makhatov B.K., Makhatova A.B.</b> Quality management: the integrated system and its introduction into pharmaceutical branch of Kazakhstan	297
<b>Nikiforova N., Smykova M.R.</b> Assessment of market opportunities of hotel business in Kazakhstan	312
<b>Dauletbaev B.D., Primzharova K.K.</b> Analysis of population living standard in the republic of Kazakhstan	324
<b>Mukhanova G.K., Satkaliyeva T.S.</b> Role of methods and tools of financial management in ensuring effective activity of the company	337
<b>Mukhanova G.K., Magay T.P.</b> Prospects of social audit in Kazakhstan: Russian experience in social partnership and social modernization	361
<b>Kondybayeva S.K., Ishuova J.Sh.</b> Optimization econometric models of defining prices for living space on the basis of state policy of RK	382
<b>Babazhanova Zh.A., Shamuratova N.B.</b> Problems of population living standards improvement – the prevailing factor of national economy competitiveness	400
<b>Babazhanova Zh.A., Turekulova D.M., Bisengaliev B.T., Zhumanova B.K., Tastanbekova K.N.</b> Human capital as a factor of Innovation development of economy	421
<b>Tastanbekova K.N., Turekulova D.M., Zhumanova B.K., Bisekov A., Alashbaeva N.</b> Prospects of the development organizing aspect financial politicians and byudzhetrovaniya enterprises	433
<b>Syrlybaeva N.Sh., Turekulova D.M., Zhumanova B.K., Zhetesova M.T., Zhanakova N.N.</b> Problems of the external debt as factor destabilizacii Kazakhstan economy	444
<b>Shimshikov Zh.E., Zhetesova M.T., Beysekov A.T., Shamuratova N.B.</b> Assessment of corresponding of social and economic,	453

УДК 379.83

ГРНТИ 87.29.35

**АГРОТУРИЗМ И АКТИВИЗАЦИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ**

С.Р. Ердаuletov, У.Т. Кошкимбаева  
*КазНУ им. аль-Фараби, Казахстан*

Д.М. Мукатова  
*КазНПУ им. Абая, Казахстан*

**AGRITOURISM AND ACTIVATION OF RURAL TERRITORIES**

S.R. Erdavletov, U.T. Koshkimbayeva  
*KazNU named after Al-Farabi, Kazakhstan*

D.M. Mukatova  
*KazSPU named after Abai, Kazakhstan*

**Аннотация**

**Цель** - Показать роль и значение современного агротуризма как средства реструктуризации сельского хозяйства, способствующего активизации сельского населения и обеспечивающего его дополнительным доходом, а также – необходимость развития некоторых разновидностей этого вида туризма в регионах Казахстана.

**Методология** - В процессе исследования был осуществлен комплексный подход с применением следующих методов исследования: системный анализ, сравнительный, обобщения, аналогии и моделирования.

**Значимость** - Актуальность темы на сегодняшний день не вызывает сомнений: Казахстан располагает богатыми ресурсами, рациональное использование которых позволит разнообразить туристский продукт республики и создать дополнительную статью доходов туристской отрасли.

**Выводы** - Одной из разновидностей агротуризма, которую можно было бы в первую очередь развить в Казахстане следует признать энотуризм (winetourism). К перспективным районам развития энотуризма в республике относятся территории Южно-Казахстанской, Жамбылской и Алматинской областей Южного Казахстана, главные районы развития виноградарства и виноделия. Заслуживает внимания вопрос развития и организации таких разновидностей агротуризма, как

«кумысо-туризм» и «шубато-туризм», география которых будет значительно шире, нежели энотуризм.

**Ключевые слова:** агротуризм, энотуризм, сельский туризм, туризм на сельских территориях, агротуристское хозяйство, агротуристские услуги, функции агротуризма.

#### **Abstract**

**Mission** - Demonstrate the role and importance of agro-tourism as an instrument of modern agricultural restructuring, promoting activation of rural population and providing it with additional income, the necessity of varieties development of same type of tourism in all regions of Kazakhstan as well.

**Methodology** - The process of research was carried out by complex approach with using next research methods: system analysis, comparison, generalization, analogy and modeling.

**Significance** - There is no doubt in the relevance of the theme up to date: Kazakhstan has rich resources; rational use of them will allow variegate tourist products of the Republic and to create an additional source of income in tourist industry.

**Conclusion** - One of the varieties of agro-tourism, which could be primarily developed in Kazakhstan should recognize as winetourism. A favorable region for development of this kind of tourism includes South Kazakhstan, Zhambyl and Almaty regions of Southern Kazakhstan, which are the main areas of viticulture and winemaking.

Also noteworthy is the question of development and organization of such varieties of agro-tourism as Kumys- and shubat-tourism, their geography is much broader than winetourism.

**Keywords:** agrotourism, enotourism, rural tourism, tourism in rural areas, agrotourism economy and agrotourism functions.

#### **Введение**

Сельское хозяйство – это одна из старейших и основных отраслей человеческой деятельности. Сокращенно последняя охватывает следующие этапы: от собирательства до сельского хозяйства, от сельского хозяйства до промышленности и от промышленности до эпохи постиндустриальной. В нашей стране на сельских территориях в настоящее время проживает около 7,6 миллионов человек, т.е. 45,3 общей численности населения Казахстана. Происходящие в стране политические и хозяйственные изменения проводят к

необходимости реструктуризации сельского хозяйства, которая, без сомнения, должна изменить условия работы и жизни на селе.

Одним из видов такой реструктуризации, способствующих активизации сельского населения и обеспечивающего его дополнительным доходом, может явиться агротуризм.

Существует огромное количество интересных стран, в которых этот вид туризма развит довольно широко и занимает в той или иной стране определенную ступень. В одних странах он появился давно, в других же совсем недавно. В Казахстане такого вида туризма еще нет, но есть возможности развить его.

На наш взгляд, эта тема актуальна на сегодняшний день. Страна располагает богатыми ресурсами, рациональное использование которых позволит разнообразить турпродукт республики и создать дополнительную статью доходов туристской отрасли.

В последней четверти XX века в мировой литературе появилось понятие «агротуризм». Складывается оно из двух слов: агро и туризм. Приставка «агро» происходит от греческого термина - *agros*, означающего пашня, и «*agrotomos*» – относящемуся к занятию сельским хозяйством. В то же время туризм – это форма активного отдыха вне места постоянного проживания, которая обуславливается рекреационными потребностями (познавательными, отдыха, спортивными) и охватывает всякие виды добровольной смены места пребывания. Агротуризм - *de facto* – это термин, введенный представителями стороны предложения, представляющей интересы сельхозпроизводителей, предоставляющих туристские услуги (услуги туристам). В настоящее время термин «агротуризм» означает расширенное понятие всякого рода деятельности, связанной с обслуживанием не только туристов, но и отдыхающих. Отсюда понятие агротуризм поразному понимается туристами и теми, кто предоставляет агротуристские услуги. Для туристов агротуризм означает туристскую активность человека, который намеревается познать сельскохозяйственную продукцию и (или) отдохнуть в сельской местности. В то же время хозяйствующие субъекты, предоставляющие агротуристские услуги, в сферу понятия агротуризма включают разные формы гостеприимства – агрогостеприимство, гастрономии – агрогастрономия, рекреации – агрорекреация, отдыха – агроотдыха, спорта – агроспорта, и даже лечение и реабилитации – агротерапия.

Понятия эти – не новость. Большинство из них уже использовалось в практике. Кроме того, к агротуризму причисляются некоторые элементы непосредственной продажи, а также всякого рода

участие в производстве сельхозпродукции, или наблюдения за ним т.е. собственно агротуризм. Появились новые сокращения как, например, agritainment, состоящее из комбинации, выражений agri и entertainment [1]. Чаще всего для хозяйствующих субъектов, предлагающих агротуристские товары и услуги, агротуризм является смешанной деятельностью, объемлющей все либо некоторые из обозначенных выше видов деятельности.

#### Основная часть

В основании идеи агротуризма лежит убеждение, что сельское хозяйство является в принципе основным производителем туристских услуг. Располагая свободными рабочими местами, местами ночлега или дешевой живностью, оно может, благодаря агротуристской деятельности, пополнять свои доходы. Однако практика показывает, что в агротуристской деятельности заинтересованы и другие хозяйствующие субъекты, а сами сельхозпроизводители, особенно расположенные на туристских территориях, часто быстро переводят свою деятельность на рельсы агротуристской деятельности.

Сельский туризм – понятие не равнозначное агротуризму. Понятия эти однако очень тесно соприкасаются. Вообще сельский туризм, кроме производства продукции растениеводства, животноводства, а также переработанной, включает, также, и те роды человеческой деятельности, которые увязываются с жизнью на селе, ее культурой, религией, со всем тем, что охватывается понятием этнография<sup>1</sup>. Сельскохозяйственные предприятия составляют основную часть сельских территорий.

Объем понятия агротуризма изменяется в зависимости от географического региона мира. Изменяются также соотношения между понятиями агротуризма и сельского туризма. Изменчивость эта и есть результатом роли, какую играет сельская общественность и сельскохозяйственное производство в данной стране или регионе. Во многих штатах США, где общественность сельская в европейском смысле почти не существует, понятие агротуризма и сельского туризма почти равнозначные. Так, D. Dinell [2] характеризует понятие агротуризма на территории штата Канзас следующим образом: «Агротуризм объемлет туристские выезды в хозяйства и на ранчо,

<sup>1</sup>Этнография (этнология) - наука, предметом которой является человек как творец культуры. В этнографии признается автономная сфера человеческого существования, определяющая специфику и своеобразие этнических групп.

выезды, пакеты которых складываются из событий на сельской территории и посещения предприятий, перерабатывающих сельскохозяйственную продукцию».

В Европе, где деревня выполняет много других функций, кроме сельскохозяйственных, обособление агротуризма от сельского туризма очень существенно. На территориях, где сельскохозяйственное производство очень раздроблено, где существует сильное сельское сообщество, укоренилось скорее употребление термина «сельский туризм» нежели «агротуризм». Поскольку значение традиционных сельских сообществ становится все более второстепенным, и возрастает роль городов, поэтому, вероятно, в будущем термин «агротуризм» будет чаще применим, нежели термин «сельский туризм».

Отсутствие точности в дефиниции понятий «агротуризм» и «сельский туризм» затрудняет выяснение проблемы. В широком смысле агротуризм, кроме упоминаемых выше агрогостеприимства, агрогастрономии, агрорекреации, агроотдыха, агроспорта, агротерапии, включает также некоторые услуги, предоставляемые заводами, перерабатывающими сельскохозяйственную продукцию, а также предприятия, торгующие продуктами сельского хозяйства. Этот аспект агротуризма имеет большое значение для представления продукции предприятий в странах с высоко развитой пищевой промышленностью.

Ввиду трудностей ясного определения разных видов туризма возникает вопрос, а вообще правомерно ли выделение отдельно агротуризма из собственно туризма. Ведь и туризм, как равно и агротуризм, имеют целью удовлетворение потребностей туристов, связанных с посещением, познанием, отдыхом, рекреацией или спортом. Или туризм в значительной своей части не протекает на сельских территориях? Или существуют черты, которые отделяют туризм от агротуризма? Если так, то выделение агротуризма обоснованно<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Все чаще в рамках туризма выделяются и описываются отраслевые виды, например, туризм, связанный с продукцией вина (wine tourism), или винный туризм (энотуризм), туризм продовольственный (food tourism), экотуризм и т.д. Фактом является посещение туристами сельскохозяйственных предприятий и территорий. Стало быть, нет поводов, чтобы не выделять агротуризм и сельский туризм.

Ответ на этот вопрос является, по меньшей мере, частично позитивным.

Вот три главные черты, которые выделяют агротуризм от туризма<sup>3</sup>.

Первым отличием есть возможность удовлетворения потребностей человека, связанных с практическим участием в процессе производства продукции, в жизни сельской семьи, а также сельского общества. Турист имеет шанс не только принимать участие в производстве продукции растениеводства и животноводства, но также участвовать в семейной жизни сельхозпроизводителей. Агротуризм, понимаемый таким образом, есть трудным, но очень амбициозным видом туризма. Им не заинтересованы все туристы, но только те, которые хотят связать свой отдых с получением практических навыков.

Второй характерной чертой агротуризма, в сравнении с обычным туризмом, является возможность удовлетворения потребностей человека в сфере производства сельскохозяйственной продукции или этнографии. Агротуризм дает шанс познания жизни сельских жителей, их культуры и обычаев.

Третьим отличием агротуризма является возможность удовлетворения эмоциональных потребностей, основывающихся на желании, непосредственного контакта с домашними животными, продукцией растениеводства и животноводства, с продуктами их переработки, удовлетворение потребности переживания идеями, связанной с сельской атмосферой, тишиной, отголосками или даже запахами деревни и сельского хозяйства.

Научное осмысление стремительного развития агротуризма в мире требует разработки соответствующего понятийно-концептуального аппарата его исследования.

Анализ научной зарубежной и отечественной (СНГ) литературы<sup>4</sup> показал, что имеют место различные подходы к определению понятий:

<sup>3</sup> Lane В. [4], анализируя специфику сельского туризма, приводит следующие различия: совершается на сельских территориях, главным образом на открытых пространствах, приспособлен к сельским условиям (сравнительно небольшое количество туристов, контакт с природой, культурным наследием, традициями), небольшие масштабы поселений и объектов, с которыми связан, поддерживает, а не разрушает характер территорий, использует бережливо местные ресурсы.

<sup>4</sup> На польском языке вышло в свет уже несколько учебных пособий по агротуризму, главными из них являются работы М. Джевецкого (1995), У. Светликовской (1998), Б. Лейна и И. Маевского (2001), Б. Кутковской (2003), М. Шнайдера и Л. Пжезборской (2006). Среди англоязычных изданий нам были доступны работы Дж. Дженкинса (1998), И. Шарпли (1997), С.М.Холла, Л. Шарплеса, Б. Камборна и Н. Масиониса (2000), а также – М.С. Холла, Л. Шарплеса, Р. Митчелла, Н. Масиониса и Б. Камборна (2003). Из



сельский туризм, агротуризм и этнотуризм. Следовательно, существует необходимость в уточнении этих понятий. С учетом существующих трактовок они могут быть определены следующим образом:

- сельский туризм - это совокупность отношений и явлений, возникающих во время путешествия и пребывания людей в сельской местности, связанные с сельским или лесным хозяйством, земледелием либо животноводством, использующие природные и культурные аттракционы или козыри каждодневной жизни жителей села и организованные субъектами, не обязательно связанными хозяйственным или общественным образом с этой местностью;

- 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;

- этнотуризм - это совокупность отношений и явлений, возникающих во время путешествия и пребывания людей в агротуристских хозяйствах, основной мотивацией которых является посещение виноградников, мест производства вина и участие в торжествах, связанных с вином в целях его дегустации или познания виноградарских районов.

Следует различать, также, и так называемый «туризм на сельских территориях» - виды туризма, культивируемые на площадях сельских административных единиц, которые, однако, с точки зрения расселения, краеведения и даже функциональной не всегда могут быть связаны с сельским хозяйством. Примером могут служить села и территории, подвергшиеся туристской урбанизации, деревенские курорты, большие комплексы дачно-садоводческих хозяйств, специальные оздоровительно-спортивные лагеря, национальные парки и другие охраняемые территории.

Изучением соотношения этих понятий занималась профессор Лодзинского университета (Польша) Иоланта Войцеховская [5]. Согласно ее исследованиям, соотношение этих понятий можно отобразить следующим образом (рисунок 1):

Напрашивается вопрос, можно ли агротуризм назвать новой научной дисциплиной? Традиционно, чтобы какой-нибудь раздел

---

российских авторов можно отметить лишь М.Б. Биржакова (2005) и А.Н. Булгакову (2003).

науку признать за новую дисциплину, необходимо чтобы он охватывал определенный раздел знаний, предмет исследования должен быть ясно определен, а дисциплина должна пользоваться свойственными для нее методами. Как уже было сказано, предмет исследования агротуризма не является ясно определенным, но думается, что в недалеком будущем эта ясность наступит.



Рисунок 1 – Дифференциация систематизации понятий, определяющих туризм на сельских территориях в разных странах (J. Wojciechowska, 2009)

Пока не хватает и методов, которые можно было бы признать специфическими для исследования агротуризма. Можно допускать, что в будущем они начнут появляться, сигналом чему служит метод оценки агротуристских территорий М. Drzewieckiego [6]. Четкая дефиниция и выработка собственных методов исследования подняли бы агротуризм до уровня научной дисциплины. Пока же он пользуется методами, почерпнутыми из статистики, экономики, агрономии, зоотехники, зоологии, географии, этнографии, а также разных других научных дисциплин.

Из этого следует, что выделение агротуризма в качестве самостоятельной научной дисциплины преждевременно. Его скорее следует трактовать как вид хозяйственной деятельности человека, описываемый и исследуемый такими научными дисциплинами как: экономика, география, биология, сельское хозяйство, право, экология и др. Агротуризм является реальной и постоянно развивающейся деятельностью человека. Сообщения об этой деятельности приходят с разных концов света, почти из всех штатов США, из Канады, всей Западной Европы, а также и из Центральной и Южной Европы, из Австралии, Новой Зеландии и даже Африки. Развитие агротуризма стимулируется как спросом, так и предложением агроуслуг. Интерес к тому, откуда берутся продукты и как они производятся, постоянно возрастает у жителей городов.

Агротуризм, как учебная дисциплина преподается во многих учебных заведениях. Напрашивается вопрос, какие факультеты и вузы являются компетентными для проведения дидактических занятий, а также проведения научных исследований в области агротуризма. Вопрос этот принципиален, поскольку агротуризм развивают университетские факультеты разного профиля. Занимаются этим в настоящее время работники таких факультетов как: экономический, географический, туризма, сельскохозяйственный и др. Наконец, надлежит задуматься над хозяйственным значением агротуризма. Уровень жизни сельского населения в большинстве стран света является очень низким. Исследования, проведенные в последние десятилетия, позволяют утверждать такой факт, что значительная часть современного сельского населения во многих странах мира не может нормально существовать только за счет производства продукции растениеводства и животноводства. Этим оправдываются поиски дополнительных доходов за счет других средств.

Агротуризм является, собственно, примером несельскохозяйственного развития сельскохозяйственных предприятий и сельских территорий. Он уже сегодня охватывает широкую среду знаний, которая может быть представлена в аспекте экономики, организации, маркетинга и управления.

Агротуризм выполняет множество функций, имеющих большое значение как для сельского, так и для городского населения. Из них можно выделить следующие: доходная, занятости, использования свободных жилищных ресурсов, активизация сельских территорий, консервация природных запасов, а также функции отдыха, рекреации и образования городского населения.

Чаще всего выделяются три группы функций агротуризма: социопсихологические, экономические и экологические. Функции социопсихологические связаны с повышением уважения к сельской обществу, взаимным проникновением культур сельской и городской, а также с возможностью контакта с традиционным стилем жизни сельского населения. Функции экономические касаются стимуляции развития сельскохозяйственных производств, огородничьих либо животноводческих хозяйств, образования добавочных источников доходов как для сельских домашних хозяйств (часто без больших инвестиционных вложений), так и для сельских территориальных органов самоуправления. Функции экологические связаны с охраной и заботой об окружающей природе деревни.

Говоря о родах деятельности, функции агротуризма синтетически можно представить следующим образом:

- изыскание дополнительных источников доходов для крестьян и фермеров; благодаря росту их доходов, растут их возможности для инвестиционных вложений, например, на строительство или ремонт, что вызывает уменьшение зависимости непосредственно от сельскохозяйственного производства, дает возможность дифференциации отдельных домашних хозяйств, которая делает их менее зависимыми от колебаний рынка;
- изыскание дополнительных доходов для органов самоуправления сельских территорий;
- развитие локальной инфраструктуры (водоснабжение, канализация, очистка стоков, дороги, общественный транспорт, рекреационные объекты), что способствует улучшению жизни на селе, повышению стандарта и условий жизни сельских жителей;
- увеличение базы ночлега, поддержка производимой продукции, расширение ее ассортимента и повышение качества предоставляемых услуг, что даст шансы непосредственного сбыта некоторых видов сельхозпродукции, содействует появлению и развитию дополнительных рынков сбыта продовольственной продукции и одновременно различного рода местных услуг, таких как ремесло, рукоделие, ковка и др.;
- создание дополнительных рабочих мест и снижение уровня безработицы, что способствует тому, что местные жители становятся востребованными в месте своего проживания, мобилизует их к повышению своей квалификации (психологический аспект), делает возможным использование людского потенциала;
- приобретение новых условий и опыта, профессий, возможность обучения иностранным языкам, наука предпринимательства, а также активизация сельской общественности, формирование новых умений в области обслуживания туристов, расширение познания своей территории, ее истории и достопримечательностей, новые шансы для сельских женщин;
- преодоление хозяйственной рецессии (благодаря своему мультипликативному характеру туризм активизирует различные профессиональные и социальные группы населения), создание возможности возрождения сельских территорий;
- помощь в социально-экономическом развитии территорий, находящихся в невыгодных условиях, диверсификация хозяйственной деятельности на сельских территориях; создание условий и возможностей для развития других видов деятельности в деревне;
- противодействие массовому оттоку людей с сельских территорий (главным образом людей молодых и образованных), а

также обезлюдиванию этих территорий (такие тенденции проявились в некоторых районах многих европейских стран, например, в Венгрии, или в определенных районах Польши);

- улучшению эстетики в доме и вокруг дома, большая забота об эстетике деревни, домов, улиц и других мест публичного характера (эстетизация деревни);

- использование старых, часто не используемых строений либо их частей (редко используемых комнат, чердаков, хозяйственных построек, ресторанов, магазинов, дворцов, дворов и т.п.);

- возможность оживления сельских традиций, завоевание уважения и возврат к культурным традициям народов, развитие культуры на деревне, полнейшее использование и оживление некоторых объектов деревни (домов культуры, спортивных объектов и т.п.);

- повышение заботы о природной среде, об охране природы, создание среды, приятной гостям;

- создание возможности встречи других людей, завязывание контактов и общественных связей, обмен идеями и опытом как для местных крестьян, так для гостей, рост толерантности к иным воззрениям, взглядам и поведению, расширение взглядов о мире и людях местного населения, расширение интересов.

Воспитательные функции агротуризма связаны с функциями познания действительности (природы, культурного наследия), что формирует определенные основы представлений о разных сферах действительности (хозяин – гость, группа туристов, семья), агротуризм является средством формирования чувств (познание и уважение крестьян к создаваемой ими сельскохозяйственной продукции); агротуризм создает возможность туристам заняться творческой работой (участие в сельхозработах, изучение народных ремесел и т.п.), укреплять здоровье (благоприятные климатические условия, питание, приятные усилия).

Некоторые из названных функций туризма на сельских территориях взаимно накладываются друг на друга, дополняют друг друга, либо возникают один из другого. Поэтому трудно однозначно определить, какие из них важнейшие, а какие нет. Исследования, однако, показывают, что главной функцией агротуризма, отмечаемой и крестьянами и туристами, является функция создания дополнительного дохода.

Одной из разновидностей агротуризма, которую можно было бы в первую очередь развить в Казахстане следует признать энотуризм (winetourism). К перспективным районам развития энотуризма в

Республике, безусловно, надо отнести территории Южно-Казахстанской, Жамбылской и Алматинской областей Южного Казахстана, главным районам развития виноградарства и виноделия.

Поэтому ниже более подробно остановимся на этом виде туризма, который уже давно культивируется во многих странах Европы, Америки, Австралии.

По мнению авторов, занимающихся «винным туризмом», еще в древние времена (Древняя Греция, Рим) вино было существенным фактором, притягивающим путешественников [7]. Подобное наблюдалось в период путешествий, известных под названием «гранд тур» (XVI-XIX вв.), когда множество туристов, посещающих Францию и Апеннинский полуостров, охотно задерживалось в винопитейных заведениях, участвовало в обрядах, связанных с выращиванием и сбором винограда, производством вина и т.п. Однако только в двадцатых годах XX века в Германии появилось явление под названием Weinlebrpfad, что можно понимать как «учебные тропы», связанные с выращиванием винограда, производством и потреблением вина, которые со временем стали называться Weinstrassen (Hall и др. 2002). А уже в семидесятые годы XX века во всех 11 виноградарских регионах ФРГ появились «винные маршруты», некоторые из которых ежегодно привлекали по несколько тысяч туристов. Со временем подобные «тропы» – называемые в литературе wineroute – начали появляться во Франции, Италии, Испании, Австрии, Португалии, Швейцарии, Израиле, США, Канаде, Аргентине, Австралии, Новой Зеландии и Южно-Африканской Республике, а в девяностых годах – также в Чехии, Македонии и Венгрии.

В Европе энотуризм популярен особенно в странах с высоко развитой культурой производства и потребления вина (страны Южной Европы, Германия), однако в последние годы он становится все более популярным и в других странах, например, в Великобритании или Нидерландах.

Растущая мода на питье вина (часто вместо пива, виски или джина) привела к тому, что в течение нескольких последних лет очень важными территориями энотуризма стали США, Канада, Австралия и Новая Зеландия. Проведенные в Австралии исследования (Cambougne, Macionis 2002) показали, что главными мотивами отправления энотуризма (winetourism) являются факторы, связанные с:

- самим вином (пробование вина, его смакование, покупка);
- событиями и традициями, касающимися виноградарства;
- пребыванием во время свободного времяпрепровождения со знакомыми;

- желанием посещения сельских территорий, в том числе мест, где можно выпить вина;
- желанием встречи с производителем вина;
- стремлением к расширению знания о вине, его производстве и т.п.;
- желанием знакомства с местной кухней, организацией пикников в районах возделывания винограда и производства вина;
- посещением предприятий, производящих вино;
- посещением других туристских достопримечательностей и желанием совершения других форм туристских путешествий;
- развлечением.

Некоторые авторы [8] подчеркивают тесную связь энотуризма с региональным и локальным развитием. Разделяя мнение E. Relpha о том, что условием существования и развития туризма является разнообразие пространства (городов), они отмечают, что вино – это один из немногих видов товаров в настоящее время, которые имеют названия, связанные непосредственно с местом их географического происхождения. Тем самым, согласно мнению С.М. Halla и др. (2002), проявляются сильные взаимосвязи между размещением районов выращивания винограда и производством вина (винодельческими регионами) и развитием в них энотуризма, который, в свою очередь, влияет на развитие местного хозяйства, а также на поддержание у местных жителей сознания о географо-культурной особенности данного места (через стремление к сохранению культурной специфики местности, поддержание традиций, связанных с выращиванием винограда, производством вина, торговли им и его потреблением и т.п.). Здесь следует заметить, что некоторые авторы вводят даже термин «winescape», поскольку он несколько иначе понимается, чем культурный облик территорий, на которых выращивается виноград. Автор этого определения D.J. Telfer (2002) – объясняет термин «winescape» как исключительно сельскохозяйственный пейзаж (англ. uniqueagriculturallandscape), на которой накладываются три элемента: (1) виноградники, (2) деятельность, связанная с выращиванием и сбором винограда, (3) места производства вина и его хранения.

Отдельные авторы (например, G.Johnson) трактуют энотуризм единственно как посещение с рекреационными целями, так скажем, виноградников (vineyards) и мест производства вина (wineries), а также участие в торжествах, связанных с вином (winefestivals и wineshows) [7]. Однако термин wine tourism понимается также как вид туризма, главными мотивами которого является посещение виноградников и мест производства вина, а также участие в торжествах, связанных с

вином в целях его дегустации и (или) в целях познания виноградарских регионов [7]. Сравнивая приведенные дефиниции, отметим следующее: насколько первое определение уместится в рамках рекреационного туризма (Пшеславский, 1979), настолько определение Halla и др. (2002) допускает, что wine tourist является одним из видов широко понимаемого познавательного туризма, который, согласно К. Пшеславскому (1979), связан со следующими мотивами – познания природы, познания культуры (исторической или современной), а также познания общественной жизни.

В свою очередь, исследования, проведенные во Франции, показали, что главным фактором, притягивающим туристов на территории, известные виноградарством и производством вина, очень часто было желание посещения памятников, познание истории и т.п., это отметили 80 % опрошенных (Frochot, 2002). В то же время 60 % французских туристов, отдыхающих в собственной стране, выбирают места отдыха, принимая во внимание локальные кухню и вино [9].

Примером проявления тесных связей между эготуризмом и культурным туризмом может быть Португалия, где в расположенном к югу от реки Дуэро регионе Сьерра да Наве создан туристский маршрут вдоль шоссе № 226 (Ламего - Момимента да Бейра - Сернанселе), который носит название «Дорога систерских вин» (Rotadasvinhas Cister). Путешествующие по ней туристы имеют возможность не только посещения нескольких виноградников и хозяйств, предлагающих вино и кушанья местной кухни, но и возможность, прежде всего, ознакомления с древними римскими монастырями (XII в.) в Таруке, Табосе, Салседасе, Сернанселе и Табуако, как и посещения деревень, в которых сохранилось традиционное ремесло (гончарство, плетение корзин).

Подобный же характер имеют «винные маршруты», созданные в провинции Логроньо (регион Арагон, Испания). В этом регионе существует три маршрута для людей, интересующихся виноделием, на которых есть не только многочисленные винные рестораны (bodegas, в 73 из них для туристов предусмотрены специальные подарки), но также древние соборы, замки, руины древнеримских времен и еще курорт Арнедилло. Одновременно туристы, интересующиеся производством вина и историей виноделия, имеют возможность посещения открытого в 1991 году в Харо музея (Estacioneologica y museodelvino) с богатой экспозицией, посвященной, между прочим, геологическим и климатическим условиям, способствующим выращиванию винограда, его отдельных разновидностей, а также технологии производства вина. Основы его были заложены еще в 1907



году при создании школы виноделия (Escuelas Enologicas). Поскольку местные власти получили самоуправление еще в начале 80-х годов XX века, они признали виноградарство и виноделие приоритетными отраслями хозяйства региона, и в 1983 году эта школа была ими принята на баланс и постепенно преобразована в центр энотуристского образования.

На основе приведенных примеров, можно выделить две основные модели энотуризма: (1) европейский и (2) американо-австралийский (которая развивается также в Южно-Африканской Республике). Насколько первая модель взаимоувязывается с культурным туризмом, настолько во втором случае на первый план выдвигаются мотивы, связанные с развлечением, торговлей и т.п. В то же время общим элементом для обеих моделей энотуризма является деятельный отдых, а также стремление туристов оставаться в контакте с природой.

Согласно В. Cambouffe и др. (2002), в организации и обслуживании «винных маршрутов» принимают участие многие хозяйственные и общественные организации и учреждения (wineroadactors):

- производители вина;
- местные власти;
- особы, оказывающие агротуристские услуги;
- владельцы ресторанов;
- владельцы отелей;
- туристские бюро (турагенты и туроператоры);
- фирмы, занимающиеся производством дополнительных атрибутов для развития энотуризма;
- организации, занимающиеся туризмом, рекреацией, культурой, экологией, спортом, природой, гастрономией и т.п.;
- школы и другие институты образования;
- предприятия, оказывающие дополнительные услуги.

Среди упомянутых «актеров» особенный интерес к развитию энотуризма проявляют собственники винопитейных заведений и производители вина. Поддержка программ развития энотуризма со стороны производителей винограда и вина происходит благодаря большой конкуренции, которая царит на мировом рынке вина, и трудностям продажи излишков вина. Касается это прежде всего европейских стран (главным образом Франции, Италии и Испании), в которых виноделие в последние годы находится в состоянии стагнации (а временами даже кризиса) из-за сильной конкуренции со стороны США, Австралии, Южной Африки, Чили и Аргентины. Именно поэтому в политике Евросоюза относительно сельских территорий пропаганда энотуризма является одним из важнейших

вопросов в деле развития производства агротуристских услуг сельхозпроизводителями.

Среди многих программ Евросоюза, в которых эготуризм занял достаточно существенное место, следует упомянуть программу LEADER (франц. L'iaison entre actions de developpement de Leconomie rurale), которая в девяностых годах XX века включала, между прочим, проекты создания инфраструктуры, необходимой для его развития, и помощи в организации винотуризма в районах Френч-Комте (Франция), Пьемонт и Ломбардия (Италия), а также в районе Ла Риоха в Арагоне (Испания), где за счет средств Евросоюза создано четыре маршрута, связанных с посещением центров, известных не только выращиванием винограда и производством вина, но и интересными памятниками, сохранившимися фольклором, ремесленничеством и т.п. Также и в программе LEADERII предусмотрены финансовые проекты, касающиеся пропаганды эготуризма (например, в провинции Гераклион на Крите, Греция).

Пропаганда и поддержка этого вида туризма имеют место также в программах помощи Евросоюза странам Центральной и Восточной Европы (Чехия, Венгрия, Молдавия). Например, винные маршруты, созданные в южной части Моравии, в большой степени были организованы за счет средств PHARE (фонд Cross-Border Cooperation Programme).

О значении, какое для некоторых районов виноградарства и виноделия имеет эготуризм, может свидетельствовать такой факт, например, что в Эльзасе около 23 % производимого вина покупают туристы, а в Бургундии этот процент составляет 12 % [10]. Подобное наблюдается и в других странах. Исследования, проведенные в Италии, показали, что 80 % охваченных анализом хозяйств виноградников позволяли туристам также покупать тут же производимое ими вино. Больше того, при 33 % из них находились обычные рестораны, а в 95 % случаях турист имел возможность приобрести, кроме вина, и другие продукты (Cambougne и др., 2002).

Районом Италии, в котором можно наблюдать быстрое развитие эготуризма, является Ломбардия, где организовано 15 маршрутов для туристов, интересующихся этим видом туризма. Путешествуя по ним можно посетить 207 винных ресторанов со специально подготовленной для туристов «культурно-гастрономической» программой, а также перепочевать в 275 агротуристских хозяйствах, специализированных на выращивании винограда и производстве вина. В свою очередь, в винодельческом районе Ваполиселла (провинция Верона) туристы, интересующиеся эготуризмом, могут посетить 78

виноградников и 13 винных ресторанов. Энотуризм пропагандируется также в известном винодельческом районе Соаве (также расположенном в провинции Верона). Особы, интересующиеся этим видом туризма могут посетить в нем 24 хозяйства, специализирующихся на виноградарстве и производстве вина (azienda). Во всех из них можно производить закупку вина, кроме того, в некоторых из них можно купить масло, а также овощи и др.

#### **Выводы**

На основе анализа литературы можно констатировать, что трактование посещения виноградарских регионов и мест производства вина с рекреационно-потребительских позиций характерно для США, Австралии, Канады и Новой Зеландии, в то же время в Европе, в подавляющей ее части, энотуризм считается одним из видов культурного туризма. Например, среди 1552 туристов, опрошенных в штате Виктория (Австралия), большинство подтвердило, что занимаются энотуризмом по причине возможности дегустации разных вин. На втором месте была указана возможность покупки вина. На последующих местах отмечались: возможность проведения свободного времени с родными и знакомыми, расширение кругозора, возможность познакомиться с местной кухней, посетить места производства вина и встретиться с работниками винзаводов, а также возможность развлечься (Mitchell, 2002).

Принимая во внимание все сопутствующие энотуризму элементы, следует признать, что концепция его развития может быть признана одной из множества концепций развития сельских территорий. Его развитие особенно полезно для регионов, в которых выращивание винограда и производство вина играют существенную роль и которые переживают трудности, связанные с перепроизводством вина и отсутствием рынков сбыта и т.д. Тем самым организация и обслуживание «винных маршрутов» может быть трактована как одна из разновидностей туристской аттрактивности сельских территорий. Только вышеприведенные примеры свидетельствуют о том, что винотуризм также обладает мультипликативным эффектом и не ограничивается лишь потреблением вина. Очень часто владельцы винных ресторанов предлагают туристам не только возможность посещения погребов и дегустации вина (временами за плату, а чаще бесплатно), но также питание, ночлег, покупку вина, приобретение сувениров (не всегда связанных с вином), цветов, а также различных продовольственных товаров (обычно это сыры, масло, свежие овощи и фрукты, а также изделия их переработки). Нередко в хозяйствах по

выращиванию винограда и производству вина туристы имеют возможность использовать для прогулок лошадей или велосипеды и т.д. Это означает, что в большинстве случаев туристы, посещающие винодельческие хозяйства, больше денег тратят на ночлеги, питание, спортивно-рекреационную деятельность, чем на дегустацию вина и покупку нескольких бутылок вина домой. Кроме того, владельцы винных производств могут рассчитывать, что по возвращению домой некоторые туристы начнут покупать вино, которое отведали в туристском путешествии. Все это говорит о том, что развитие энотуризма может иметь существенное значение не только для повышения доходов хозяев, занимающихся выращиванием винограда и производством вина, но также влиять на локальный рынок труда, вызывая увеличение налоговых отчислений, способствуя развитию других видов услуг и т.д.

Энотуризм имеет также определенное культурное значение. С точки зрения туриста он позволяет ему познать традиции виноделия, которые уходят корнями в античные времена. Касаются они не только способов возделывания винограда и производства вина, но также разных обычаев, связанных со сбором винограда, его переработкой и т.д. В свою очередь, с точки зрения регионов и местностей, в которых выращивается виноград, интерес туристов к вину и виноделию позволяют сохранить эти обычаи. Не следует забывать, что с выращиванием винограда связан некий характерный тип «культурного пейзажа», на который накладываются не только виноделие, но также определенный тип сельской застройки, планировка зданий и строений и т.п. Тем самым можно сказать, что энотуризм способствует поддержанию и упрочнению культурного пейзажа.

Одним из факторов, притягивающих тысячи туристов к местам выращивания винограда и производства вина, являются многочисленные обряды, связанные с этим видом деятельности человека.

Заслуживает внимания и вопрос развития и организации таких разновидностей агротуризма, как «кумысо-туризм» и «шубато-туризм», география которых будет значительно шире, нежели энотуризм.

#### Список литературы

- 1 Blevins J. Mote. Colorado Farmers Dabble in «Agritainment». Plasa, 2003. – 123 p.
- 2 Dinell D. Wichita Business Journal. Plasa, 2003. – Vol. 18, iss. 19. – 112 p.

3 Przezborska L. Analisa economiczna funkcjonowania gospodarstw zajmujacych sie turystyka wejska i agroturystyka w Wielkopolsce oraz perspektywy ich rozwoju. – Poznan, 2002. – Vol. 20, iss. 11. – 115 p.

4 Lane B. A Review for the Organization for Economic Cooperation Development: Rural Tourism. – Bristol, 1992. – Vol. 19, iss. 10. – 110 p.

5 Wojciechowska J. Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce. – Lodz: Wlil, 2009. – Vol. 28, iss. 167. – 132 p.

6 Drzewiecki M. Wiejska przestrzen rekreacyjna. – Warszawa: IT, 1992. – Vol. 18, iss. 19. – 112 p.

7 Hall C.M., Johnson G., Cambourne B., Macionis N., Mitchell R., Sharples L., 2002. Wine tourism: an introduction. – W: Hall C.M., Sharples L., Cambourne B., Macionis N. (red), Wine tourism around the world: development, management and markets. Butterworth-Heinemann, Oxford-Amsterdam-Boston-London-New York-Paris-San-Diego-San-Francisco-Singapore-Sydney-Tokyo. – S. 67-80.

8 Hall C.M., Johnson G., Mitchell R., 2002. Wine tourism and regional development. – W: Hall C.M., Sharples L., Cambourne B., Macionis N. (red), Wine tourism around the world: development, management and markets. Butterworth-Heinemann, Oxford-Amsterdam-Boston-London-New York-Paris-San-Diego-San-Francisco-Singapore-Sydney-Tokyo. – S. 196-225.

9 Daniel V., 1994, Le tourisme en espee rural. Travaux et Innovations. – S. 6, 37-40.

10 Choisy C., 1996, Le poids du tourisme viti-vinicole. Espaces. – S. 140, 30-33.