



МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ТУРИЗМА

***Заведующий кафедрой «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВО Костромской ГСХА
Исина Наталья Юрьевна***

Факторы, определяющие развитие агротуризма в мировом масштабе

- **Возрастание осознания обществом экологических проблем**
- **Увеличение на общество техногенных нагрузок**
- **Растущая урбанизация**
- **Миграция трудоспособного населения из деревень**
- **Низкий уровень дохода в сельской местности**

ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЙ БАЗИС АГРОТУРИЗМА В МИРЕ

Два подхода к политике в сфере аграрного туризма

Разработка специальных указов и положений в сфере аграрного туризма

Отсутствие специальной правовой базы по аграрному туризму

фермеры не имеют права продавать молоко туристам — это разрешено только в альпийских регионах, где природа считается чистой и этот продукт является соответственно безопасным

Законодательные акты, регулирующие застройку, пищевую и гигиеническую безопасность

ОПРЕДЕЛЕНИЕ АГРОТУРИЗМА КАК САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ КАТЕГОРИИ

Агротуризм – это сельскохозяйственный туризм, который классифицируется как деятельность фермеров, оказывающих услуги, связанные с отдыхом и обучением населения с целью сбыта сельскохозяйственной продукции и получения дополнительного заработка

(определение: *Общественный исследовательский университет Пёрдью в Индиане (США)*)

Сельский туризм

предмет туристических услуг с использованием специфических ресурсов сельской местности - природы, культуры

Аграрный туризм

связан с сельскохозяйственным производством принимающей стороны

ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ АГРОТУРИЗМА В МИРЕ

Британская модель

**совместное проживание владельцев
фермы и туристов**



конные и пешие прогулки



услуги по рыбалке



**услуги исторического туризма
определённых эпох**

ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ АГРОТУРИЗМА В МИРЕ

Немецкая модель

Фермерский туризм

**обоюдный труд
на полях
и совместное участие
туристов и владельцев
в повседневной жизни
и фермерской работе**

Этнотуризм

**участие во
всевозможных
народных фестивалях
и праздниках
(пивные фестивали,
празднование дня села)**

ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ АГРОТУРИЗМА В МИРЕ

ФРАНЦУЗСКАЯ



**Основные элементы –
кулинария и виноделие**

**Предлагается:
домик с набором блюд из
местной кухни,
в том числе
вино собственного
производства и торговой
марки**

ИТАЛЬЯНСКАЯ



**Кулинарное направление
Развлекательные
программы**

**Сбор и переработка
винограда
Сбор оливок
Посещение исторических
достопримечательностей**

АНАЛИТИКА АГРОТУРИЗМА

Страны	Количество поставщиков агроуслуг	Количество спальных мест	
		всего	На одно
Германия	9 910	138 330	14
Франция	10 000	120 000	12
Италия	23 400	240 000	10

АССОЦИАЦИИ АГРОТУРИЗМА

Проект "Отдых на ферме" / "Urlaub am Bauernhof» / (Германия, Австрия) – 1991 год

Ассоциация агротуризма

- **профессиональное продвижение отдыха на фермах** как на внутреннем, так и на международном рынках через сайт и социальные сети, а также на туристических выставках;
- **профессиональная помощь и консультирование** членов Ассоциации, регулярный мониторинг ситуации и профессиональные исследования в отрасли;
- **спонсорство** некоторых мероприятий и **профессиональный маркетинг**;
- **взаимодействие со СМИ**;
- **сотрудничество с образовательными учреждениями**;
- **лоббирование интересов в правительстве**;
- **методические материалы и пособия** (по практическим вопросам ведения бизнеса, юридическим вопросам, проведению мероприятий и другим направлениям).

Государственная поддержка агротуризма

Бюджет Европейского союза
с 2014 по 2020 годы - 95 млрд. евро



**Региональные
и социальные фонды**

**более высокие ставки
государственного
финансирования
при наличии сложных
условий хозяйствования
или географически
неблагоприятной
обстановке**

Государственная поддержка агротуризма

2007 – 2013 годы



открытие возможностей для развития регионального туризма: разметка маршрутов, информационные стенды с культурными и природными достопримечательностями, расширение маршрутов

2014-2020 годы



государственные средства только для создания в общем объеме до 25 спальных мест

2021-2027 годы



экологическая и климатосберегающая направленность инвестиций

Глобальные тенденции развития туристической отрасли

Социальные

старение населения и, как следствие, рост процента более возрастных путешественников
поколение Миллениалов и Z – цифровое поколение
доступный туризм – для людей с разными физическими возможностями

Технологические

виртуальная и дополненная реальность, искусственный интеллект, он-лайн платформы, поддерживающие экономику совместного использования
специализированные мобильные приложения для путешественников

Экономические и экологические

переход от "массового" туризма к более персонифицированным моделям организации путешествий
переход к устойчивому туризму, включающий более щадящее и эффективное использование ресурсов
повышению качества жизни местного населения через туризм

Стратегические задачи развития агротуризма с учетом мировых тенденций

- **1. Устойчивое развитие туризма в сельских местах обитания:** сохранение природных основ, укрепление региональной идентичности как основы качества местности и туристической привлекательности.
- **2. Разработка турпродукта:** предложения с добавленной стоимостью (добавленная стоимость появляется за счет использования региональных особенностей, например, уникальной кухни).
- **3. Укрепление и развитие профессиональных сетей и сообществ,** особенно это помогает малому бизнесу.
- **4. Эффективное управление инфраструктурой и инвестициями.**
- **5. Брендинг:** бренды обеспечивают доверие гостя, безопасность предпринимателя и высокую степень проникновения на рынок. Это центральная задача регионального туристического маркетинга.
- **6. Коммуникация и продажи:** фокус на онлайн-технологии. Участие сильных частных партнеров в продажах становится все более важным. Поставщики услуг в сфере сельского туризма должны быть всесторонне квалифицированы.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!