

**АГРОТУРИЗМ В КАЗАХСТАНЕ КАК ФАКТОР РАСШИРЕНИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ**

**ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ АГРОТУРИЗМ АУЫЛ ТҰРҒЫНДАРЫНЫҢ
ЭКОНОМИКАЛЫҚ МҮМКІНДІКТЕРІН КЕҢЕЙТУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ**

**AGROTOURISM IN KAZAKHSTAN AS A FACTOR OF ECONOMIC EMPOWERMENT
OF RURAL POPULATION**

Б.С. САРИНА^{1*}

К.Э.Н.

Г.У. АКИМБЕКОВА²

д.э.н., профессор

Н.А. ЭРКИНБАЕВА³

магистр экономики

¹Национальный аграрный научно-образовательный центр, Астана, Казахстан

²Казахский НИИ экономики АПК и развития сельских территорий,

Алматы, Казахстан

³Общественное Объединение «Одно село - один продукт+1», Бишкек, Кыргызстан

*электронная почта автора: bahita_@mail.ru

Б.С. САРИНА^{1*}

Э.Ф.К.

Г.У. АКИМБЕКОВА²

э.ф.д., профессор

Н.А. ЭРКИНБАЕВА³

экономика магистрі

¹Ұлттық аграрлық ғылыми-білім беру орталығы,

Астана, Қазақстан

²Қазақ аграрлық-өнеркәсіптік кешенінің экономикасы және ауылдық аумақтарды

дамыту ғылыми-зерттеу институты, Алматы, Қазақстан

³Қоғамдық Бірлестігі «Бір ауыл – бір өнім +1», Бишкек, Қырғызстан

*автордың электрондық поштасы: bahita_@mail.ru

B. SARINA^{1*}

C.E.Sc.

G. AKIMBEKOVA²

Dr.E.Sc., Professor

N. ERKINBAEVA³

Master of Economics

¹National Agrarian Scientific and Educational Centre, Astana, Kazakhstan

² Kazakh Research Institute of Economy of Agro-Industrial Complex and Rural Development,

Almaty, Kazakhstan

³ Public Union "One Village - One Product+1", Bishkek, Kyrgyzstan

*corresponding author e-mail: bahita_@mail.ru

Аннотация. В настоящее время агротуризм – один из важнейших инструментов повышения имиджа села и его привлекательности для экономически активного населения, эффективный механизм распространения предпринимательства в сельской местности и увеличения экономических возможностей сельских жителей путем диверсификации деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств. *Цель* – рассмотрены понятие «агротуризм», факторы, сдерживающие развитие отрасли, изучены новые подходы к расширению ареала туристических услуг в сельских районах Казахстана на базе модели «Одно село – один продукт» (ОСОП). *Методы* – эмпирический в целях отбора данных, наблюдения и исследования конкретных явлений, установления связей между ними; статистический, экономического анализа,

Аңдатпа. Агротуризм қазіргі уақытта ауылдың имиджін арттыру және экономикалық белсенді халық үшін оның тартымдылығын көтерудің маңызды құралдарының бірі болып табылады. Бұл ауылдық жерлерде кәсіпкерлікті дамытуға және ауыл тұрғындарының экономикалық мүмкіндіктерін арттыруға тиімді механизм болып табылады, фермерлік шаруашылықтардың қызметін әртараптандыру арқылы. *Мақсаты* – «Агротуризм» ұғымын, сала дамуын тежейтін факторларды қарастыру және Қазақстанның ауылдық аймақтарында «Бір ауыл – бір өнім» (БАБӨ) моделіне негізделген туристік қызметтердің аясын кеңейтуге жаңа көзқарастарды зерттеу. *Әдістер* – эмпирикалық әдіс деректерді жинау, бақылау және нақты құбылыстарды зерттеу, олардың арасындағы байланыстарды анықтау мақсатында. Статистикалық және экономикалық талдау – жалпы тенденцияларды және әсерлерді анықтау үшін. Логикалық әдіс – халықаралық тәжірибені пайдалану және қорытынды жасау. *Нәтижелер* – авторлар республикадағы ауылдық туризмнің шашыраңқы сипаты бар екенін атап өтеді. Туризм саласында концепция мен жүйелі принциптердің болмауы туристік агробизнестің дамуына кедергі келтіретін негізгі тосқауыл болып табылады. БАБӨ қозғалысын Қазақстан өңірлерінде насихаттау жаңа жұмыс орындарының құрылуына, ауыл тұрғындарының әл-ауқатының артуына ықпал етеді. Агротуризм секторы қазіргі замандағы туризмнің жылдам дамып келе жатқан бағыттарының бірі екендігі көрсетілген. Қазақстанда агротуризмді кеңінен тарату үшін әлеуетті резервтер бар, олар туристік өнімді әртараптандыруға мүмкіндік береді және республика бюджетіне қосымша кіріс көзі қалыптастырады. *Қорытындылар* – аграрлық туризм – аграрлық сектордың экономикасын модернизациялаудың маңызды сегменті, перспективалы инновациялық ауыл кәсіпкерлігінің бөлігі. Ауылдық территорияларда туристік инфрақұрылымды дамыту ауыл экономикасын әртараптандыруға, жұмыссыздықты төмендетуге және ауыл тұрғындарының табысын арттыруға, шағын кәсіпорындар санын көбейтуге, экологиялық таза өнім өндіру көлемін арттыруға және ауыл тұрғындарының қалаларға көшуін азайтуға ықпал етеді. Агротуризм индустриясы табиғи және адам ресурстарының үлкен резервіне ие. Дегенмен, авторлар фермерлердің туристік фирмалар тарапынан ақпараттық және консультациялық қолдауға мұқтаж екенін атап өтеді.

Abstract. Nowadays agrotourism is one of the most important tools for improving the image of the village and its attractiveness for economically active population, an effective mechanism for spreading entrepreneurship in rural areas and increasing economic opportunities for rural residents by diversifying the activities of peasant (farmer) farms. *Purpose* - the concept of "agrotourism", factors constraining the development of the industry are considered, new approaches to expanding the range of tourism services in rural areas of Kazakhstan on the basis of the model "One Village - One Product" (OVOP) are studied. *Methods* - empirical for the purpose of data selection, observation and research of specific phenomena, establishing links between them; statistical, economic analysis, logical - to identify general trends or effects, use of international experience and generalization of results. *Results* - the authors note that rural tourism in the country is fragmented, there is no concept and system principles in the tourism sector, which are the key barriers to the development of tourism agribusiness in the country. Popularization of the OVOP movement in the regions of the Republic of Kazakhstan will contribute to the creation of new jobs, the growth of rural people's welfare. It is shown that the agritourism sector is one of the rapidly developing directions

in modern tourism. In Kazakhstan there are potential reserves of its wide distribution, which allow to diversify the tourist product and create an additional item of income to the budget of the republic. *Conclusions* - agrarian tourism is an important segment of modernization of agrarian sector economy, promising innovative rural entrepreneurship. The development of tourism infrastructure in rural areas contributes to the diversification of rural economy, increasing employment and income of rural population, increasing the number of small business enterprises, the volume of production of environmentally friendly products of private subsidiary plots and farms, reducing the outflow of rural population to the cities. Agritourism industry has a large reserve of natural and human resources. However, the authors state that farmers need information and consulting support of tourist firms.

Ключевые слова: сельская местность, диверсификация сельского хозяйства, агротуризм, туристические услуги, устойчивое развитие, занятость населения, государственная поддержка.

Түйінді сөздер: ауылдық жерлер, ауыл шаруашылығын әртараптандыру, агротуризм, туристік қызметтер, тұрақты даму, халықтың жұмыспен қамтылуы, мемлекеттік қолдау.

Key words: rural areas, diversification of agriculture, agrotourism, tourist services, sustainable development, employment, state support.

Поступила: 28.07.2024. Одобрена после рецензирования: 31.09.2024. Принята в печать: 14.09.2024.

Введение

В условиях глобальной урбанизации агротуризм является одним из перспективных направлений туризма. Интерес к этому направлению вызван тем, что с ростом городов возрастает и количество экологических проблем. Термин «агротуризм» имеет исторические корни и как вид деятельности традиционно был неотъемлемой частью домашнего хозяйства. В современной литературе агротуризм рассматривается как сектор индустрии туризма, ориентированный на использование местных ресурсов (сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных) и специфики сельской местности.

Во многих исследованиях термины «агротуризм» и «сельский туризм» рассматриваются без особой идентификации, различные авторы используют то один термин, то другой. В данной статье в целях ясности и последовательности разграничиваются эти 2 понятия. Многие придерживаются мнения о том, что агротуризм не является синонимом сельского туризма и рассматривают его как отдельную категорию и вид деятельности в сельской местности по предоставлению туристам комплексных услуг по размещению, питанию, экскурсионному обслуживанию, проведению досуга и мероприятий с участием туристов в процессе сельскохозяйственного производства и ручного изготовления продукции из местного сырья. Данный комплекс услуг рассматривается как туристский продукт (туроператорская продукция) в различных формах, в зависимости от специфики каждого туристского объекта.

Также авторами изучены японская модель и подходы к организации движения «Одно село – один продукт» (ОСОП) в качестве инструмента в развитии сел и деревень и сделаны выводы о том, что данная модель и его принципы и подходы являются идеальным решением в формировании принципов и подходов к организации агротуризма локально и в целом при формировании общей единой системы поддержки развития агротуризма в регионах.

Агротуризм рассматривается как коммерческий вид деятельности, выгодный всем участникам рынка (государству, сельскому населению, крестьянским хозяйствам или фермерам, общественности), проводится анализ государственной политики в вопросах развития сельских территорий, в том числе за счет диверсификации видов деятельности в сельских населенных пунктах. Условия развития агротуризма, характеризующиеся глобальными изменениями, вызванными растущей неопределенностью и нестабильностью, требуют дополнительных глубинных исследований и научно-практического анализа.

Литературный обзор

Анализ научной литературы показал различные трактовки понятия «агротуризм» и его социально-экономической роли. Так, Сарафанова А.Г., Шабалина Н. В., Сарафанов А.А. [1] «агротуризм» (от англ. agrotourism) определяют как отдых на фермах, где путешественники могут познакомиться с сельскохозяйственным производством, в то время как «сельский туризм» (от англ. rural tourism) – это просто отдых в сельской местности. По мнению отечественных ученых

Phillip S., Hunter C. и Blackstock K. [8] агротуризм как экономический вид деятельности классифицируют на пять подвидов: на бывшей (нефункционирующей) ферме; на действующей ферме, где предоставляется туристам только средства размещения, с предоставлением ночлега и питания с использованием местных эко продуктов, где помимо питания и проживания проводятся мастер-классы и другие мероприятия, где помимо питания и проживания туристов вовлекают в сельскохозяйственное производство.

Материалы и методы

В ходе данного исследования применялся системный подход в сочетании с различными методами экономических исследований, что позволило обеспечить аргументированность и достоверность обобщений, выводов и положений, полученных в работе. Теоретический анализ и исследования по туризму в целом и агротуризму, в частности, развития сельских территорий были сделаны на основе данных из различных источников, сайтов международных и государственных организаций, нормативной и справочной литературы, публикаций известных отечественных и зарубежных ученых.

Для определения главных факторов, влияющих на развитие агротуризма и анализа приоритетов государственной политики в вопросах развития сел, проведен систематический обзор стратегических документов. С целью анализа и оценки текущей ситуации применялись экономико-статистический и балансовый методы. Информационной и эмпирической базой исследования послужили статистические данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Возможности японского движения «Одно село – один продукт» в реализации агротуризма изучены путем использования аналитического, абстрактно-логического методов на основе собранных материалов из открытых источников, а также накопленных знаний и практического опыта авторов в реализации движения в Кыргызстане и Казахстане в других сферах деятельности.

Результаты

На сегодняшний день туризм Казахстана обладает всем необходимым для развития различных видов туризма и характеризуется быстрым ростом и является привлекательной для инвесторов высокодоходной отраслью. В валовом продукте мирового сообщества доля отрасли составляет 9%, сектор туристических услуг обеспечи-

валяет порядка 10% рабочих мест, 30% мирового экспорта, 7% инвестиций и 5% налоговых поступлений (Официальный сайт Президента Республики Казахстан) [9]. В рамках реализации Государственной программы за период 2019-2022гг. проведены комплексные мероприятия и достигнуты существенные результаты. Согласно Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023-2029гг. (Концепция развития туристской отрасли...) [10] предполагается охватить 2,5 тыс. предпринимателей новыми мерами.

За первые 5 месяцев 2024г. в отрасль туризма инвестирован 271 млрд. тенге, это в 2 раза меньше показателя прошлого года (130,1 млрд. тенге за январь-май 2024г.). Наибольшими привлекательными для инвесторов являются города Астана и Алматы, а также Северо-Казахстанская, Кызылординская и Костанайская области. Численность внутренних туристов в 2023г. по сравнению с 2022г. увеличилась на 552 тыс. чел., а иностранных туристов - на 225 тыс. чел. (Официальный сайт Министерства туризма и спорта Республики Казахстан) [11].

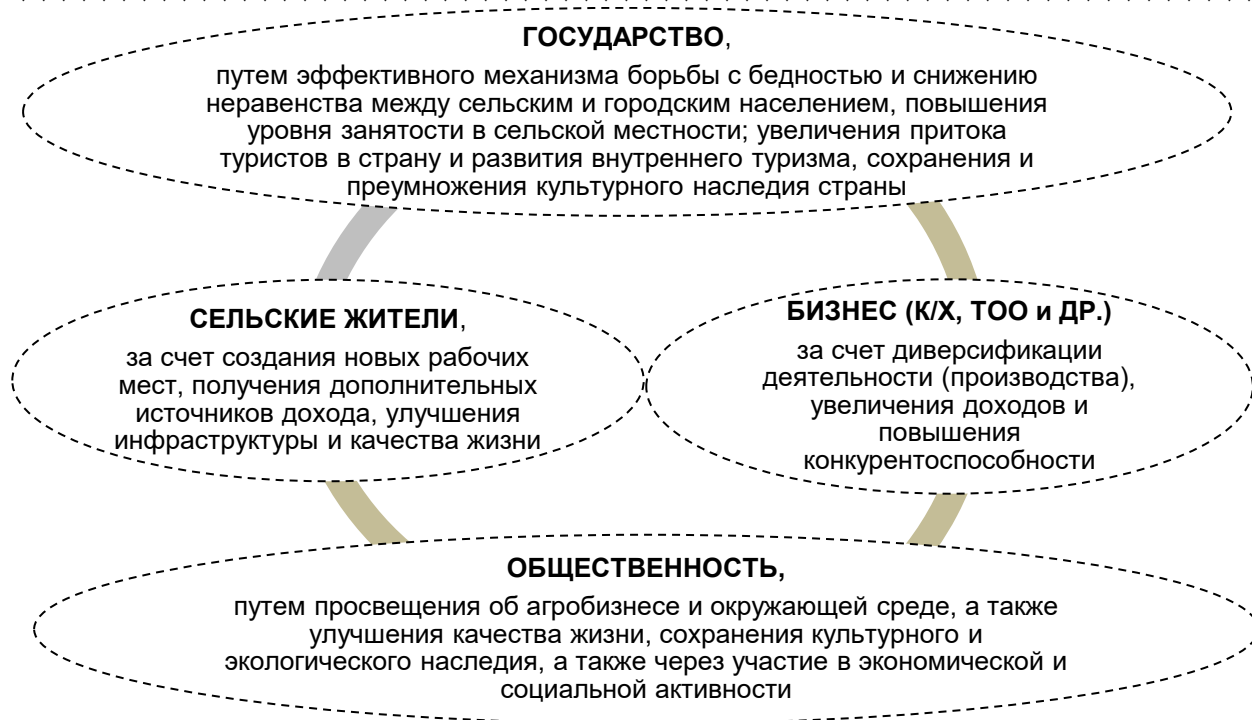
Научно доказанным и очевидным является тот факт, что туризм – это ключевой фактор устойчивого экономического роста стран за счет инвестиций и расширения инвестиционных возможностей стран и регионов. Например, для изучения краткосрочных и долгосрочных асимметричных эффектов доходов от туризма группа ученых (М. Sharif Karimi, Н. Karamelikli и Бабак Найсар) [12] разработала модель (модифицированное уравнение), согласно которой положительное влияние туристического прибытия на ВВП в долгосрочной перспективе сопровождается обратным эффектом в краткосрочной перспективе, а долгосрочный коэффициент туристического прибытия на экономический рост положителен (0,19) и служит значимым на уровне 1%, т.е. рост туристического прибытия приводит к росту экономического роста страны. С другой стороны, в краткосрочной перспективе изменения в туристическом прибытии статистически значимы и отрицательно воздействуют на экономический рост в большинстве краткосрочных коэффициентов.

Президент Республики Казахстан отметил, что туризм выступает катализатором динамичного развития мировой экономики, использование имеющегося потенциала в сфере туризма является недостаточным, несмотря на выгодное географическое рас-

положение страны, разнообразие природы, богатое и уникальное историко-культурное наследие. В стране отсутствуют условия для ведения бизнеса в туристической отрасли и в результате, несмотря на рост туристического потока, количество мест размещения в курортных зонах снижается (Официальный сайт Президента Республики Казахстан) [9].

Развитие отрасли сдерживается различными факторами, такими как неудовлетворительное состояние инфраструктуры; ограниченные кадровые ресурсы (квалифицированный и неквалифицированный персонал), особенно в небольших населенных пунктах; низкая осведомленность среди потенциальных туристов, включая сельское население. Подтверждением описанной выше ситуации развития отрасли могут быть результаты международных рейтингов, оценивающих различные аспекты развития отрасли. Например, в рейтинге Международного портала данных Country Cas-sette, из 202 стран Казахстан находится на 64-м месте. Для сравнения: Кыргызстан, Узбекистан, Россия и Беларусь - на 25, 30, 31 и 48-м местах соответственно (Официальный сайт Министерства туризма и спорта Республики Казахстан) [11], по оценке Глобального экономического фонда (ВЭФ), по уровню развития бизнеса в сфере туризма из 119 стран Казахстан находится на 70-м месте (Официальный сайт Президента Республики Казахстан) [9].

Современный туризм охватывает не только исторические и культурные объекты, природные и игровые парки, но и фермерские (крестьянские) хозяйства, переработки производства сельхозпродукции (животноводства, растениеводства), продукты имеющие исконные корни, традиционную еду (национальную, региональную), в том числе дегустации и непосредственно процесс их приготовления и быт сельских жителей и фермеров, а самое важное – это культурные традиции. Весь комплекс услуг представляет собой некий гибрид - концепцию, которая объединяет элементы двух абсолютно разных отраслей: туризма и сельского хозяйства. Агротуризм открывает новые экономические возможности и прибыльные рынки для сельскохозяйственной продукции и услуг, способен обеспечить туристический поток даже в самые глубокие уголки страны. При этом все участники рынка получают экономическую и социальную выгоду (рисунок 1).

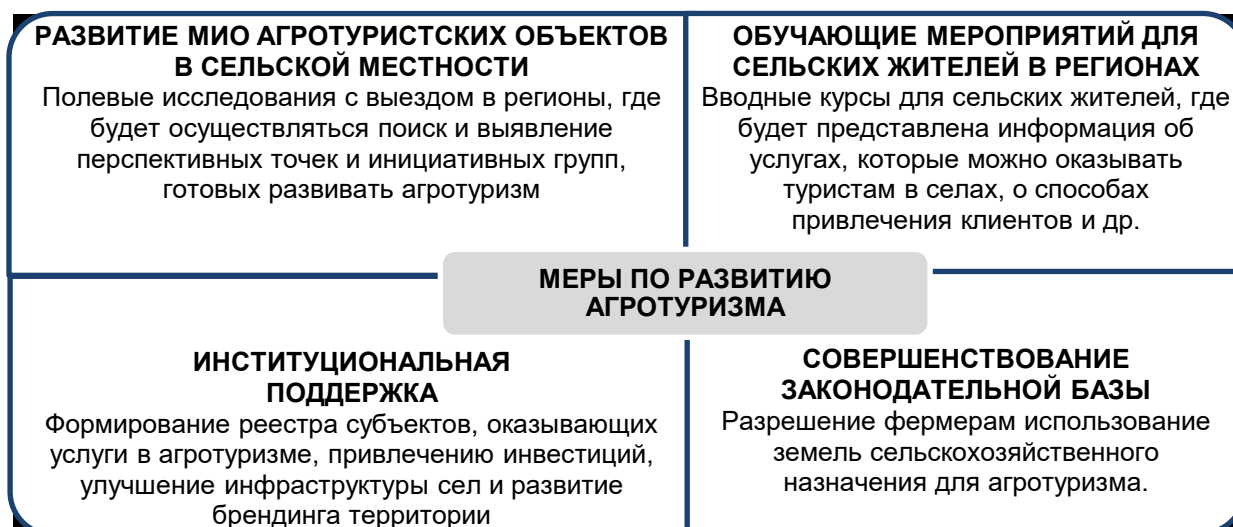


Примечание: составлен авторами

Рисунок 1 – Потенциальные выгодополучатели агротуризма

Согласно Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан (Концепция развития туристской отрасли...) [10], «агротуризм» включен в перечень приоритетных направлений, на которых будет базироваться национальная туристская отрасль, а 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 дегу-

стация продукции и др., а также реализации им производимой продукции. Все планируемые в Концепции (Концепция развития туристской отрасли...) [10] мероприятия по развитию агротуризма представлены на рисунке 2. Согласно прогнозным данным, создание условий по использованию земель сельскохозяйственного назначения в агротуризме создаст новые рабочие места для сельских жителей (в среднем по 2,2 тыс. в год или 1% всех фермерских и крестьянских хозяйств).



Примечание: составлен на основе Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023-2029гг. (Концепция развития туристской отрасли...) [10]

Рисунок 2 – Комплекс мер по развитию агротуризма в Казахстане

Агротуризм нацелен на развитие сельской местности. По данным Официального сайта Бюро национальной статистики... [13], на начало 2024г. в Казахстане проживало чуть более 20 млн человек, из которых 37,7% сельских жителей, или 7,58 млн человек. Численность молодежи в сельской местности на аналогичный период составляла 2,16 млн чел., городских - 3,59 млн чел. Дифференциацию населения страны по уровню жизни усиливает, негативно сказывается на социально-политической атмосфере общества, отражается на показателях человеческого развития и инвестиционном имидже страны сложившаяся ситуация. Например, в 2022г. доля сельского населения с доходами ниже прожиточного минимума составила 7,3%, городского населения – 4%.

Согласно Концепции развития сельских территорий Республики Казахстан на 2023-2027 годы... [14], принятой в целях развития сельских территорий, улучшения качества жизни и создания комфортной среды проживания в сельской местности, агротуризм наряду с этно- и экотуризмом определен в качестве наиболее привлекательных направлений, а также определено направление развития сельских территорий. Прогнозируется что к 2027г. в 5,9 тыс. сел численность населения достигнет 7,7 млн человек. На начало 2023г. в республике насчитывалось 6 295 сельских населенных пунктов, в которых живут 38,2% населения страны, или 7,5 млн чел. (Турашбеков Н.А., Калыкова Б.Б., Ордабаева Г.К.) [15].

В Концепции все сельские населенные пункты в стране распределены по категориям и имеют свою специализацию:

- в особо крупных селах (с населением свыше 30 тыс. чел.) будут развиваться не-сельскохозяйственные сферы. В перспективе они будут переведены в категорию городов и в дальнейшем развиваться согласно градостроительным нормам;

- в крупных селах (свыше 10 тыс. чел.) будут развиваться такие сельскохозяйственные сферы, как промышленность, строительство, логистика, финансовая сфера, туризм и др.;

- в остальных селах (менее 10 тыс. чел.) планируется развивать агротуризм, сельскохозяйственные виды деятельности, в отдельных случаях разработку месторождений и туризм (Концепция развития сельских территорий Республики Казахстан на 2023-2027 годы...) [14].

Эффективное развитие казахстанской отрасли туризма, включая агротуризм, сдерживается множеством проблем, таких как отсутствие комплексного подхода и единой системы к развитию агротуризма, недо-

статочность и неполнота действующей законодательной базы и мер господдержки; низкое качество сервиса в регионах, плохая инфраструктура (дороги, придорожный сервис и т.д.), ограниченное количество и низкое качество имеющихся мест размещения, отсутствие цифровизации туристских услуг, низкий уровень логистики и недостаток профессиональных кадров, особенно в регионах.

Концепцией в целях дальнейшего развития отрасли государством инициируются новые меры, совершенствуются механизмы поддержки, прогнозируемым результатом данных мер должно стать созданию более 10 тыс. рабочих мест в сельской местности. Одной из таких мер является инициатива по разрешению фермерам заниматься агротуризмом на своих землях (Концепция развития сельских территорий Республики Казахстан на 2023-2027 годы...) [14].

В Концепции по развитию туризма обозначены основные подходы к развитию отрасли. Ключевой задачей развития отрасли рассматривается улучшение уровня жизни, особенно в сельских регионах за счет мер по созданию новых рабочих мест, развитию предпринимательства и диверсификации в АПК, а также поддержки инициатив сельских жителей, в том числе путем кооперации. В Концепции также упоминается подход «Одно село – один продукт» (ОСОП) в качестве инструмента одной из программ по поддержке развития предпринимательства, но не раскрывается весь его потенциал.

«Одно село – один продукт» является уникальной моделью кооперации сельских сообществ в достижении единой цели организации доходоприносящей деятельности с использованием местного потенциала: умений и навыков населения; ресурсов; географического, исторического и культурного наследия; ремесел и фольклора.

На мировой арене наблюдается растущий интерес к агротуризму. Много стран, которые активно применяют этот опыт и уже достигли значительного прогресса в этой деятельности. Наибольший интерес у авторов вызывают инновационные подходы к развитию агротуризма Японии, Китая и Кыргызстана, где реализуется политика «Одна деревня – один продукт» («Одно село – один продукт»). Именно на основе этой политики в этих странах была создана сеть деревень (сел), состоящих из одной отрасли, и приобретен ценный опыт использования потенциала агропромышленного сотрудничества и интеграции. Эта политика изменила структуру экономики Японии, особенно в сельской местности.

В 1960г. Япония начала переключать свою экономику с сельского хозяйства на

промышленность. Экономика в сельской местности осталась позади; темпы урбанизации увеличились, более дешевая продукция в городах начала подрывать конкурентоспособность сельской продукции и снижать доходы в сельской местности. Столкнувшись с этими проблемами, местные органы власти этих сельских районов начали думать, как развивать свои села. В 1979г. экс-губернатор префектуры Оита И. Морикико Хирамацу инициировал и стал лидером движения ОСОП, чтобы найти решение серьезного экономического упадка в сельской местности в префектуре Оита за счет использования потенциальных природных ресурсов для улучшения собственной экономики.

Реализация проекта показала свою эффективность, и начала успешно распространяться по всей Японии, охватывая разные направления экономических видов деятельности и уже в 80-х годах Китай перенял опыт Японии. Вслед за Китаем проект реализуется в 30 странах мира (Таиланд, Индия, Кыргызстан и т.д.). Благодаря программе японского агентства JICA проект ОСОП, взявший начало в 2012г. в Иссык-Кульской области, сегодня обеспечивает занятость более 3 300 чел. по всей стране (только в Иссык-Кульской области 2 700 чел.), профинансировано 78 сообществ в области переработки сырья, производства сувениров и продуктов питания, туристических услуг.

Аналогично опыту Кыргызстана, в Казахстане с 2022г. при поддержке международных организаций началась реализация проекта ОСОП. На сегодняшний день данная программа продолжается при поддержке Казахстана и Агентства JICA, но суть реализуемого у нас проекта ограничивается процессом выявления перспектив-

ных товаров для производства и в некоторых регионах непосредственно организацией производства товаров с использованием имеющихся местных ресурсов.

Однако мировая практика демонстрирует возможности движения ОСОП не только в производстве товаров, но и в развитии сферы агро- и сельского туризма. Концепция ОСОП призывает людей использовать местные возможности своего региона и продвигать их на национальном уровне или даже на глобальном уровне как путем производства, так и оказания услуг.

Аграрный сектор отличается нелегким трудом, нужно применять такую систему мотивации, которая учитывает психологические факторы. При том, что стимулы и мотивы являются основой повышения эффективности труда в АПК в целом и в сельском хозяйстве (Нуржанова Г.И., Сапарова Г.К., Байбашева Г.К.) [16]. В этой связи важным фактором является то, что ОСОП фокусируется больше на социальных ценностях, чем на экономических, тем самым, не позволяя обществу действовать как индивидуалист.

ОСОП преследует две цели: увеличение доходов на душу населения местных жителей и создание общества, в котором все граждане могли бы гордиться и чувствовать себя довольными своим образом жизни в каждом из своих сообществ и создание общества, в котором люди могли бы жить в достатке как материально, так и духовно. Ключевым успехом движения ОСОП являются его принципы, указанные в таблице 1, направленные на постоянное повышение потенциала человеческих ресурсов и поддержание социальной ценности среди граждан.

Таблица 1 – Принципы японского подхода «Одно село – один продукт»

УВЕРЕННОСТЬ в своих силах и КРЕАТИВНОСТЬ	Необходимо производить и продавать по крайней мере ОДИН коммерческий продукт (товар или услуга) в ОДНОМ СЕЛЕ за счет использования МЕСТНЫХ РЕСУРСОВ И ОПЫТА.	Реализация ОСОП через самостоятельные действия с использованием потенциала региона.
Развитие трудовых (человеческих) ресурсов	С целью повышения самодостаточности не предоставлять государственные субсидии группам. Вместо этого оказывать государственную помощь в форме технической, методологической помощи, исследований и разработок.	Взрастить в людях боевой и творческий дух.
Думать ЛОКАЛЬНО, но действовать ГЛОБАЛЬНО	Повышение потенциала предпринимателей в отношении к управлению бизнесом, маркетинга, лидерства и расширению прав и возможностей членов сообщества.	Создание всемирно признанных продуктов, отражающих гордость в местной культуре.
Примечание: составлена авторами на основе обобщения опыта ОСОП в Японии, Кыргызстане и Армении		

Рассмотрим влияние движения ОСОП на цепочку добавленной стоимости, состоящую из нескольких игроков на примере фермы. Например, фермер получает выгоду от продажи экскурсии, сбора урожая и от его продажи. Местные жители получают выгоду от размещения и питания туристов, местные ремесленники - от продаж товаров и услуг, специфических для данной местности, предприниматели - от услуг по улучшению инфраструктуры и транспортной логистики в регионе, турагенты - от продаж туров и привлечения новых клиентов, владельцы автомобилей - от услуг по перевозке туристов, авиа и железнодорожные компании региона и страны - от притока туристов, поставщик вспомогательных материалов - от продажи тар или упаковок и т.д., полиграфическая - от разработки дизайна буклетов и ее печати. И государство - от налога с доходов и повышения благосостояния региона.

Вышеописанный пример – это микропредставление о влиянии движения ОСОП на общество. Для получения макроэффекта следует увеличить количество случаев цепочки стоимости. Однако, чтобы сделать этот процесс эффективным и успешным, каждый участник должен правильно понимать свои роли, поскольку роли у всех разные, и правильно их реализовывать. Вот по-

чему фактическая разработка продукта до цепочки стоимости, до подтверждения дохода на каждом этапе очень важна. Таким образом, каждый игрок выиграет, если продукт будет востребован и иметь хороший спрос.

В реализации ОСОП необходимо придерживаться 6 важных шагов: использовать только местные ресурсы; начать с простого и ручного инструмента; присоединиться может каждый, необходимо обучать всем процессам; следует разработать турпродукт (провести полевой анализ для определения потенциала села и его жителей) / найдите продукт (товар, услуга) в селе (деревне), который заслуживает внимания и уважения на всей территории страны. Если не можете найти товар, обратите внимание на исторические достопримечательности или старые местные традиционные технологии, все, что вы хотите, чтобы вся страна знала; обеспечить качество услуг и сертификацию; продвижение услуг, привлечение клиентов, маркетинг.

На основе анализа мероприятий, планируемых в рамках государственной политики поддержки развития агротуризма, передового зарубежного опыта и с учетом ключевых принципов и подходов ОСОП можно выделить 5 главных направлений реализации агротуризма в селах (таблица 2).

Таблица 2 – Основные направления реализации агротуризма в сельской местности

Направление	Описание
Определение и развитие туристического продукта	Определение направлений сельскохозяйственной деятельности с учетом уникальных свойств местности, природных и историко-культурных ресурсов, духовной культуры и разнообразия уникальных традиций местного населения, обычаев и ремесел, технологий переработки и производства продукции из местных ресурсов.
Администрирование туризмом	Пересмотр структуры государственных и других организаций, связанных с агротуризмом и туризмом в целом, и активизация местных органов власти в развитии и продвижении агротуризма. Для непрерывного и стабильного обмена между городами, селами и партнерами важно наличие координаторов, активистов и инициативных групп, которые могут способствовать сотрудничеству между жителями, местными органами власти и другими заинтересованными сторонами (например ассоциация или кооператив ОСОП в агротуризме).
Контроль качества и санитария	Предпринять меры по обеспечению качества услуг и сертификацию: объекты проживания и питания, объектов и процесса оказания туристских услуг, принцип 5S.
Цифровизация туризма	Унификация формата и дизайна туристической информации каждого региона с учетом специфики, предоставление информации о туристических объектах, руководство и управление маршрута, парковки, зон отдыха и т.д., использование дополненной реальности (AR) и виртуальной реальности (VR) для продвижения агротуризма и интерпретации культурно-исторического наследия региона, а также проведение конкурсов на региональном уровне для продвижения цифровизации туризма.
Брендинг и маркетинг	Определить туристический бренд каждого региона (села) и использовать его для продвижения туристических продуктов. Разработка маркетинговой стратегии: продвижение услуг, привлечение клиентов и т.д.
Примечание: составлена авторами	

Обсуждение

Изучение агротуризма проводилось разными способами и материалами, однако четкого и базового понимания характеристик отсутствует. При этом эксперты сходятся во мнении, что агротуризм может служить правильным инструментом, позволяющим сбалансировать потребности туристов с потребностями сельских сообществ, предлагая реальные возможности для экономического и социального развития.

По результатам проведенного анализа тенденций развития агротуризма сделан вывод, что данная дефиниция рассматривается во всем мире в качестве эффективного инструмента в борьбе с социальной напряженностью и неравенством между городом и селом. Эффективное развитие агротуризма может способствовать возрождению сельских территорий во всех аспектах развития, улучшению инфраструктуры и быта, процветанию сел и деревень, сохранению национальной идентичности.

В настоящее время мелкомасштабный агротуризм находится в процессе трансформации в самостоятельный вид деятельности, который позволит создать занятость, жизнеспособность и устойчивость сельских сообществ. Диверсификация доходов от фермерства имеет как культурные, так и экономические аспекты. Помимо наличия ресурсов и заинтересованности бизнеса, государства в развитии агротуризма, требуется рациональный и эффективный подход с учетом специфики каждого населенного пункта. Использовать подходы и принципы ОСОП в продвижении и развитии агротуризма, можно не только развивать туризм, но и поднять престиж деревни, выполнить диверсификацию сельского производства. Проект ОСОП позволит активизировать производство в сельской местности на основе местных ресурсов, инновационных подходов для создания уникальной местной специфики, туристических продуктах.

Заключение

1. В условиях урбанизации одним из перспективных направлений становится агротуризм с элементами экологического и сельского туризма. Интерес к этому направлению вызван тем, что с ростом городов увеличивается и количество экологических проблем, особенно в городах и промышленных регионах, отток экономически активного сельского населения в крупные города в поисках заработка.

2. Актуальность туризма возрастает с каждым годом, что подтверждается улучшением экономического благополучия стран,

выбравших развитие данной отрасли в качестве ключевого вектора развития и определенно выводят отрасль в ранг высокодоходных, перспективных.

3. Несмотря на имеющийся потенциал, в Казахстане о развитии агротуризма только вскользь упоминается в стратегических документах. Система государственной поддержки ограничивается мерами туризма в целом. Существует несколько центров, развивающих агротуризм, но данные не систематизированы. Отсутствие единой комплексной концепции, системного подхода и принципов к реализации агротуризма на местах является ключевым барьером, препятствующим развитию агротуризма в Казахстане.

4. Целью данного исследования является изучение передовых и перспективных подходов и возможностей для развития агротуризма в Казахстане и изучение движения ОСОП в качестве концепции развития агротуризма. Внедрение принципов ОСОП в регионах Казахстана обеспечит снижение численности безработного населения; вовлечение сельского населения в экономический оборот страны; повышение благосостояния сельского населения; развития институтов гражданского общества на селе.

Вклад авторов: Сарина Бакытгуль Сагындыковна: разработка плана, содержания, методологии статьи, проверка, анализ и обобщение данных, обзор зарубежного опыта; Акимбекова Галия Уйсимбековна: библиографический обзор литературы, доработка проекта публикации, написание введения, заключения, аннотаций и ключевых слов; Эркинбаева Наргиза Азизбековна: доработка проекта публикации, с подведением итогов исследования, обзор опыта «Одно село – один продукт».

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Список литературы

- [1] Сарафанова, А.Г. Сельский и агротуризм: подходы к определению / А.Г. Сарафанова, Н.В., Шабалина, А.А. Сарафанов // Современные проблемы сервиса и туризма. - 2020. - Т.14. - №1. С. 100-108. <https://doi.org/10.24411/1995-0411-2020-10110>.
- [2] Шокан, Р. Агротуризм как перспективное направление развития сельских территорий / Р. Шокан, М. Каменова, Б. Аймурзина // Проблемы агрорынка. - 2023. - № 2. - С.62-70. <https://doi.org/10.46666/2023-2.2708-9991.06>.
- [3] Paniccia, P. Interpreting sustainable agritourism through co-evolution of social organizations / P. Paniccia, S. Baiocco // Journal of Sustainable Tourism. - 2020. - Vol.29(3). - P.1-19. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1817046>

[4] Ndhlovu, E. Agritourism and sustainability: A global bibliometric analysis of the state of research and dominant issues / E. Ndhlovu, K. Dube // *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*.-2024.-Vol.46.- 100746. [https://doi.org/ 10.1016/j.jort.2024.100746](https://doi.org/10.1016/j.jort.2024.100746).

[5] Van Zyl, C.C. The motives of South African farmers for offering agri-tourism / C.C. Van Zyl, P. Van Der Merwe // *Open Agriculture*.-2021.-Vol.6.-537–548. [https://doi.org/ 10.1515/opag-2021-0036](https://doi.org/10.1515/opag-2021-0036)

[6] Barbieri, C. Agritourism research: a perspective article / C. Barbieri // *Tourism Review*.-2020.- Vol.75(1).- P.149-152. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0152>

[7] McGehee, Nancy G. Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship Tourism Management / Nancy G. McGehee, K. Kim, Gayle R. Jennings / *Tourism Management*. -2007.- Vol.28.-Issue1.-P.280-289.

[8] Phillip, S. A typology for defining agri-tourism / S. Phillip, C. Hunter, K. Blackstock // *Tourism Management*. -2010. -Vol.31. - Issue 6. - P. 754-758. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001>.

[9] Официальный сайт Президента Республики Казахстан [Электронный ресурс].—2024.—URL: <https://www.akorda.kz/ru/glava-gosudarstva-provel-soveshchanie-po-razvitiyu-turizma-1352435/> (дата обращения: 21.06.2024).

[10] Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023-2029 годы, утверждена Постановлением Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 262 [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (дата обращения: 21.06.2024).

[11] Официальный сайт Министерства туризма и спорта Республики Казахстан [Электронный ресурс].— URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tsm?lang=ru/> (дата обращения: 21.06.2024).

[12] Karimi, M.S. The role of tourism in driving economic growth: An asymmetric augmented autoregressive distributed lag analysis of Singapore's experience / M.S. Karimi, H. Karamelikli, B. Naysary // *International Journal of Tourism Research*.-2024.-N 26(4).- 2696. <https://doi.org/10.1002/jtr.2696>.

[13] Официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.stat.gov.kz/> (дата обращения: 21.06.2024).

[14] Концепция развития сельских территорий Республики Казахстан на 2023-2027 годы, утверждена постановлением Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 270 [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000270> (дата обращения: 21.06.2024).

[15] Турашбеков, Н.А. Развитие сельских территорий в условиях реализации аграрной

политики / Н.А. Турашбеков, Б.Б. Калыкова, Г.К. Ордабаева // *Проблемы агрорынка*.-2023.-N(4).-С.66-74. <https://doi.org/10.46666/2023-4.2708-9991.06>

[16] Нуржанова Г.И. Специфика занятости в сельских районах Казахстана / Г.И. Нуржанова, Г.К. Сапарова, Г.К. Байбашева // *Проблемы агрорынка*. -2023.-N4.- С. 211-219. <https://doi.org/10.46666/2023-4.2708-9991.21>.

References

[1] Sarafanova, A.G., Shabalina, N.V. & Sarafanov, A.A. (2020). Selskij i agroturizm: podhody k opredeleniyu [Rural and agro-tourism: Approaches to definition]. *Sovremennye problemy servisa i turizma - Modern Problems of Service and Tourism*, 14(1), 100-108. [https://doi.org/ 10.24411/1995-0411-2020-10110](https://doi.org/10.24411/1995-0411-2020-10110) [in Russian].

[2] Shokan, R., Kamenova, M. & Aymurzina, B. (2023). Agroturizm kak perspektivnoe napravlenie razvitiya selskikh territorij [Agrotourism as a promising direction for rural development]. *Problemy agrorynka - Problems of AgriMarket*, 2, 62-70. <https://doi.org/10.46666/2023-2.2708-9991.06> [in Russian].

[3] Paniccia, P. & Baiocco, S. (2020). Interpreting sustainable agritourism through co-evolution of social organizations. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(3), 1-19. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1817046> [in English].

[4] Ndhlovu, E. & Dube, K. (2024). Agritourism and sustainability: A global bibliometric analysis of the state of research and dominant issues. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 46, 100746. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2024.100746> [in English].

[5] Van Zyl, C.C. & Van Der Merwe, P. (2021). The motives of South African farmers for offering agri-tourism. *Open Agriculture*, 6, 537-548. <https://doi.org/10.1515/opag-2021-0036> [in English].

[6] Barbieri, C. (2020). Agritourism research: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 149-152. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0152> [in English].

[7] McGehee, N.G., Kim, K. & Jennings, G.R. (2007). Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Tourism Management*, 28(1), 280-289. [in English].

[8] Phillip, S., Hunter, C. & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754-758. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001> [in English].

[9] Ofitsial'nyj sayt Prezidenta Respubliki Kazakhstan [Official website of the President of the Republic of Kazakhstan] (2024). Available at: <https://www.akorda.kz/ru/glava-gosudarstva-provel-soveshchanie-po-razvitiyu-turizma-1352435/> (date of access: 21.06.2024) [in Russian].

[10] Kontseptsiya razvitiya turistskoj otrasli Respubliki Kazakhstan na 2023–2029 gody [The Concept of Tourism Industry Development of the

Republic of Kazakhstan for 2023–2029], approved by the Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated March 28, 2023 № 262. Available at: <https://www.adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (date of access: 21.06.2024) [in Russian].

[11] Ofitsial'nyj sajt Ministerstva turizma i sporta Respubliki Kazahstan [Official website of the Ministry of Tourism and Sports of the Republic of Kazakhstan]. Available at: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tsm?lang=ru/> (date of access: 21.06.2024) [in Russian].

[12] Karimi, M.S., Karamelikli, H. & Naysary, B. (2024). The role of tourism in driving economic growth: An asymmetric augmented autoregressive distributed lag analysis of Singapore's experience. *International Journal of Tourism Research*, 26(4), 2696. <https://doi.org/10.1002/jtr.2696> [in English].

[13] Ofitsial'nyj sajt Byuro nacional'noj statistiki Agentstva po strategicheskemu planirovaniyu i reformam Respubliki Kazahstan [Official website of the Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan]. Available at:

<https://www.stat.gov.kz/> (date of access: 21.06.2024) [in Russian].

[14] Kontseptsiya razvitiya sel'skih territorij Respubliki Kazahstan na 2023–2027 gody [The Concept of Rural Development of the Republic of Kazakhstan for 2023–2027 (approved by the Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated March 28, 2023 № 270)]. Available at: <https://www.adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000270> (date of access: 21.06.2024) [in Russian].

[15] Turashbekov, N.A., Kalykova, B.B. & Ordabaeva, G.K. (2023). Razvitie sel'skih territorij v usloviyah realizatsii agrarnoj politiki [Development of rural areas in the context of agricultural policy implementation]. *Problemy agrorynka - Problems of AgriMarket*, 4, 66-74. <https://doi.org/10.46666/2023-4.2708-9991.06> [in Russian].

[16] Nurzhanova, G.I., Saparova, G.K. & Baibasheva, G.K. (2023). Spetsifika zanyatosti v sel'skih rajonah Kazahstana [The specifics of employment in rural areas of Kazakhstan]. *Problemy agrorynka - Problems of AgriMarket*, 4, 211-219. <https://doi.org/10.46666/2023-4.2708-9991.21> [in Russian].

Информация об авторах:

Сарина Бакытгуль Сағындықовна – основной автор; кандидат экономических наук; начальник управления экономики и финансов, Национальный аграрный научно-образовательный центр; 010000 пр. Кабанбай батыра, 17, г.Астана, Казахстан; e-mail: bahita_@mail.ru; <https://orcid.org/0009-0003-0487-4469>;

Акимбекова Галия Уйсимбековна; доктор экономических наук, профессор; заместитель Председателя Правления; Казахский НИИ экономики АПК и развития сельских территорий; 050057 ул. Сатпаева, 30б, г.Алматы, Казахстан; e-mail: Akimbekova_g@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0003-1564-8953>

Эркинбаева Наргиза Азизбековна; Председатель Правления; Общественное объединение «Одно село один продукт +1»; 722200 ул. Б. Жапарова, 35, г.Бишкек, Кыргызстан; e-mail: nargizaerkin@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0004-3871-5383>

Авторлар туралы ақпарат

Сарина Бақытгүл Сағындықызы – негізгі автор; экономика ғылымдарының кандидаты; Экономика және қаржы басқармасының басшысы; Ұлттық аграрлық ғылыми-білім беру орталығы; 010000 Қабанбай батыр даңғ., 17, Астана қ., Қазақстан; e-mail: bahita_@mail.ru; <https://orcid.org/0009-0003-0487-4469>;

Әкімбекова Галия Уйсімбековна; экономика ғылымдарының докторы, профессор; Басқарма төрағасының орынбасары; Қазақ аграрлық-өнеркәсіптік кешенінің экономикасы және ауылдық аумақтарды дамыту ғылыми-зерттеу институты; 050057 Сәтпаев көш., 30б, Алматы қ., Қазақстан; e-mail: Akimbekova_g@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0003-1564-8953>

Эркинбаева Наргиза Азизбековна; Төраға орынбасары; Қоғамдық Бірлестірі «Бір ауыл – бір өнім +1»; 722200 Б. Жапарова, көш., 35, Бішкек қ., Қырғызстан; e-mail: nargizaerkin@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0004-3871-5383>

Information about the authors:

Sarina Bakytgul – The main author; Candidate of Economic Sciences; Head of the Department of Economics and Finance; National Agrarian Scientific and Educational Center; 010000 Kabanbai batyr Ave., 17, Astana, Kazakhstan; e-mail: bahita_@mail.ru; <https://orcid.org/0009-0003-0487-4469>;

Akimbekova Galiya; Doctor of Economic Sciences, Professor; Deputy Chairman of the Board; Kazakh Research Institute of Economy of Agro-Industrial Complex and Rural Development; 050057 Satpayev str., 30b, Almaty, Kazakhstan; e-mail: Akimbekova_g@mail.ru; <https://orcid.org/0000-0003-1564-8953>

Erkinbayeva Nargiza; Chairman of the Board; Public Union "One Village - One Product+1"; 722200 B. Zhaparova str., 35, Bishkek, Kyrgyzstan; e-mail: nargizaerkin@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0004-3871-5383>