

СЕЛЬСКИЕ ЦЕННОСТИ КАК РЕСУРС УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Ключевые слова: сельские ценности, позитивные экстерналии, метод транспортных издержек, сельский туризм.

Сельские территории включают в себя множество ценностей: от дикой природы и рукотворных ландшафтов до древних исторических монументов и культурных традиций. Спрос на «сельские ценности» увеличивается с ростом доходов городских жителей, которые готовы тратить заработанные средства и свободное время на повышение качества своего досуга. Растущий интерес к природе и культурному наследию предлагает сельской местности новые возможности в развитии экономики, которая сильно отстаёт от городской [4].

В научных разработках специалистами ОЭСР термин «сельские ценности» (rural amenities) отражает широкий спектр природных и рукотворных характеристик сельской местности, включая дикую природу, культивируемые человеком ландшафты, исторические памятники и даже культурные традиции [1]. Сельские ценности выделяются в отдельную категорию преимуществ сельской жизни потому, что имеют «непреодолимую ценность» для местного сообщества, а часто и для более широкой части сообщества. Именно поэтому «сельские ценности» рассматриваются как важнейший ресурс для сельского развития.

Деятельность, направленная на поддержание и восстановление сельских ценностей, часто носит маргинальный, т.е. не востребованный обществом напрямую, характер. Именно поэтому стоит говорить о мерах по компенсации усилий тех, кто вовлечен в сохранение ценностей или, иначе говоря, капитализации сельских ценностей. Достаточная компенсация лицам и организациям, предоставляющим услуги в сфере сохранения сельских ценностей, должна обеспечиваться как для собственно охраны общественно значимого наследия, так и для поддержания экономического роста в сельских территориях [4].

Эффекты, возникающие в процессе потребления сельских ценностей, называются экстерналиями.

Приносящие пользу внешние эффекты называются положительными (позитивными) или создающими экономии внешними эффектами и характерны тем, что увеличивают производительность или полезность для некоторого внешнего субъекта [3].

Позитивные экстерналии сельской местности находят свое отражение не только с экономической точки зрения, но и с точки зрения эмоционального восприятия человека (например, живописный ландшафт в сельской местности, рекреационные зоны).

В европейской практике для оценки позитивных экстерналий наиболее распространенным является применение метода транспортных издержек (travel cost method), заключающегося в калькуляции транспортных затрат. Чаще всего этот метод применяется для оценки потребительной стоимости рекреационных выгод (национальные парки, леса, заповедники, рыбалка и охота). Такая оценка определяет значение рекреационных услуг и находит свое отражение в том, сколько люди готовы заплатить, чтобы получить их.

Данный метод может быть использован в случае, когда сельские ценности выступают как рыночный продукт. В этом случае владельцы и живущие неподалеку жители могут получать доход от организации бизнеса и услуг для посетителей сельской достопримечательности.

Так как оценить транспортные издержки? Рассмотрим применение данного метода на примере районов Алтайского края.

Для начала представим зависимость показателей в виде функции:

$$V_i = f(C_i, X_{1i}, X_{2i}, \dots, X_{Ni}),$$

где V_i – количество посещений посетителей от пункта отправления i или отдельными i ;

C_i – стоимость визита до пункта назначения (где расположена рекреационная зона);

$X_{1,2,\dots,Ni}$ – другие переменные.

Функция спроса посетителей выглядит как:

$$V_i = \alpha + \beta C_i + \varepsilon_i = \alpha + \beta(T_i + P) + \varepsilon_i,$$

где ε_i – стохастическая составляющая или ошибка, допустимая при нормальном и независимом распределении с нулевым математическим ожиданием;

α и β – ожидаемые эффекты, влияющие на число посетителей при гипотетическом изменении цены;

β – ожидаемый отрицательный эффект;

$(T_i + P)$ – транспортные издержки T_i + дополнительная цена P .

Предположим нулевое ожидание ошибки ε в вышеуказанном равенстве, то взаимосвязь между числом посещений и ценой будут выглядеть как:

$$E[V_i] = \alpha + \beta T_i + \beta P$$

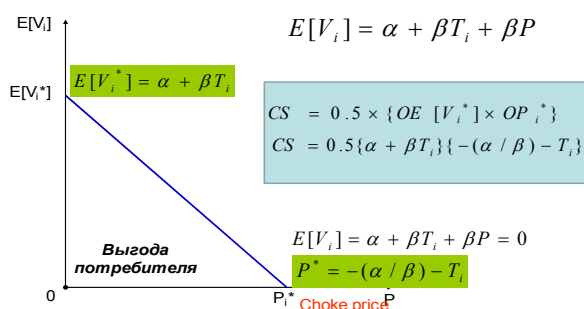


Рис. 1. Линейная функция генерации передвижений

(The linear trip-generating function).

* **Choke price** – цена, при которой потребление рекреационных услуг равно нулю (шоковая цена) [2]

Этапы расчета оценки сельских ценностей методом транспортных издержек:

1) определение набора i зон окружающей рекреационной зоны (в нашем случае – это административные районы Алтайского края);

2) сбор информации о ежегодном числе посетителей из каждой зоны обследования;

3) расчет потока посещений как отношение числа посещений из каждой зоны к численности туристов этой зоны;

4) расчет транспортных расходов из каждой зоны с помощью стандартных значений на единицу расстояния и стандартного значения в единицу времени;

5) оценка уравнения регрессии, связывающего посещения (y) и транспортные расходы (x);

6) использование уравнения для прогнозирования стоимости посещений с различными гипотетическими вариантами стоимости;

7) расчет общего числа посетителей путем умножения прогнозируемой стоимости посещений на численность людей в каждой зоне и общий итог суммы по всем зонам i . Нанесение значений на кривую спроса;

8) повторение процедуры для оценки влияния введения различных гипотетических цен, например, 100, 500, 1000 руб. и т.д. для определения дополнительных точек на кривой спроса;

9) оценка общей экономической выгоды по площади под кривой спроса.

Проведем оценку на примере посещений туристических объектов в районах Алтайского края (данный регион был выбран в связи с большим числом рекреационных зон и статистики по туризму). Следует отметить, что расчет является приблизительным

ввиду неполного отражения информации в статистических данных региона.

С помощью программы Microsoft Excel было определено уравнение регрессии. Для этого была произведена оценка параметров:

$$V_i = \alpha + \beta(T_i + P) + \varepsilon_{it}$$

и с помощью метода наименьших квадратов получены значения α и β

$$\hat{\beta} = \frac{\sum_i (v_i - \bar{v})(T_i - \bar{T})}{\sum_i (T_i - \bar{T})^2};$$

$$\hat{\alpha} = \bar{v} - \hat{\beta}\bar{T}.$$

Отсюда $\hat{v}_i = 25.81 - 0.014 (T_i + P)$.

Исходные данные для определения оценки сельских ценностей методом транспортных издержек представлены в таблице 2.

Расчётные данные определения оценки сельских ценностей представлены в таблице 2.

Стоимость транспортных издержек рассчитывалась исходя из утвержденного тарифа на пассажирские перевозки по Алтайскому краю + 20% от тарифа на провоз багажа (на 1 пассажирокилометр). Итоговое значение транспортных расходов представлено как произведение расстояния на тарифную стоимость перевозки.

Используя величину потока посещения и стоимость туристических услуг, мы можем определить величину спроса на данные виды рекреационных услуг и тем самым определить стоимость нерыночных общественных благ, расположенных рекреационной зоне сельской местности.

Цена, руб. (P)	Количество посетителей, тыс. чел. (V)
0	8263
500	5746
1000	3229
1500	713
1641,6	0

Отмечая точки на графике, приведенные в таблице выше, получим визуальное представление о спросе.

Общий (совокупный) спрос определяется исчислением площади (выделено цветом) как:

$$[(8263-5746) \times 500 \times 0,5] + [5746 \times 500] + [(5746-3229) \times 500 \times 0,5] + [3229 \times 500] + [(3229-713) \times 500 \times 0,5] + [713 \times 500] + [(713 \times 141,6 \times 0,5)] = 6,78 \text{ млрд руб.}$$

Данное значение является приблизительным и рассчитано в целом по Алтайскому краю.

Исходные данные для расчета оценки нерыночных общественных благ
в рекреационных зонах

Район	Число туристов, посетивших рекреационную зону, тыс. чел. в год (данные за 2009 г.) (V)	Среднее расстояние, км	Транспортные издержки, руб. С _i
Алтайский	157,2	98,3	208,81
Баевский	0,8	92,3	196,14
Благовещенский	2,5	100,8	214,16
Бурлинский	0,5	92,4	208,81
Волчихинский	1,1	99,9	212,29
Егорьевский	35,0	90,0	191,16
Завьяловский	3,6	87,2	185,13
Залесовский	15,8	97,2	206,49
Заринский	1,7	112,2	238,33
Змеиногорский	30,0	92,9	197,39
Ключевский	1,2	95,2	202,13
Косихинский	20,6	83,3	176,98
Красногорский	0,8	95,4	202,65
Краснощековский	1,7	99,5	211,39
Крутихинский	0,04	85,3	181,15
Кулундинский	1,8	84,5	179,47
Курьинский	16,5	90,0	191,16
Кытмановский	0,8	90,5	192,22
Локтевский	1,4	88,4	187,71
Мамонтовский	1,2	87,9	186,76
Михайловский	0,4	95,7	203,22
Немецкий	1,7	78,1	165,84
Новичихинский	7,8	95,7	203,22
Павловский	2,7	92,0	195,33
Панкрушихинский	0,4	92,0	195,33
Первомайский	11,6	100,1	212,68
Петропавловский	0,8	80,2	170,40
Поспелихинский	0,5	89,2	189,51
Ребрихинский	0,2	91,8	195,04
Родинский	2,2	95,8	203,56
Романовский	0,3	85,6	181,88
Смоленский	7,7	85,1	180,73
Советский	0,6	78,7	167,22
Солонешенский	14,6	99,4	211,14
Солтонский	0,5	95,0	201,68
Суетский	0,2	73,3	155,66
Тальменский	4,6	102,6	217,84
Тогульский	0,9	84,7	179,95
Третьяковский	0,7	84,7	179,90
Тюменцевский	0,3	87,7	186,22
Угловский	0,1	109,6	232,79
Усть-Калманский	1,5	88,0	186,82
Усть-Пристанский	0,9	92,0	195,33
Хабарский	1,2	92,9	197,35
Целинный	0,2	93,7	198,99
Чарышский	1,7	123,1	261,52
Шипуновский	1,1	104,3	221,46

Расчётные данные по методу транспортных издержек

Район	$C_i = T_i + P$ (где $P = 0$)	$\hat{v}_i = 25,81 - 0,014(T_i + P)$	V_i х кол-во туристов
Алтайский	208,81	22,88666814	3598
Баевский	196,14	23,0640288	18
Благовещенский	214,16	22,81178973	57
Бурлинский	208,81	22,88666814	11
Волчихинский	212,29	22,83796182	25
Егорьевский	191,16	23,13376	810
Завьяловский	185,13	23,21823092	84
Залесовский	206,49	22,91909944	362
Заринский	238,33	22,47338194	39
Змеиногорский	197,39	23,04651692	692
Ключевский	202,13	22,98022133	27
Косихинский	176,98	23,33226689	482
Красногорский	202,65	22,97296018	17
Краснощековский	211,39	22,85058096	38
Крутихинский	181,15	23,273877	1
Кулундинский	179,47	23,29739153	43
Курьинский	191,16	23,13376	381
Кытмановский	192,22	23,11896561	19
Локтевский	187,71	23,18212422	33
Мамонтовский	186,76	23,1954019	27
Михайловский	203,22	22,96492959	9
Немецкий	165,84	23,48824685	39
Новичихинский	203,22	22,96492959	178
Павловский	195,33	23,07543212	63
Панкрушихинский	195,33	23,07543212	9
Первомайский	212,68	22,8324396	264
Петропавловский	170,40	23,42444811	19
Поспелихинский	189,51	23,15683579	11
Ребрихинский	195,04	23,07944321	4
Родинский	203,56	22,96012988	51
Романовский	181,88	23,26373789	7
Смоленский	180,73	23,27979941	180
Советский	167,22	23,46888967	14
Солонешенский	211,14	22,85408141	334
Солтонский	201,68	22,9864322	12
Суетский	155,66	23,63074865	5
Тальменский	217,84	22,76021728	104
Тогульский	179,95	23,29072565	21
Третьяковский	179,90	23,29139074	16
Тюменцевский	186,22	23,20286677	8
Угловский	232,79	22,55096858	2
Усть-Калманский	186,82	23,19447154	34
Усть-Пристанский	195,33	23,07543212	21
Хабарский	197,35	23,04707878	28
Целинный	198,99	23,02420478	5
Чарышский	261,52	22,14871308	38
Шипуновский	221,46	22,7095737	25
ВСЕГО			8263

Таким образом, практическая значимость применения данного метода в сфере сельского туризма заключается в том, что можно определить приблизительные значения цен, при которых наибольшим образом будут потребляться сельские ценности, а также суммарную величину спроса на рекреационные услуги. Данный метод позволяет спрогнозировать величину цены, при которой не сократится спрос на рекреационные услуги. Таким образом, практическая

значимость применения данного метода в сфере сельского туризма заключается в том, что можно определить приблизительные значения цен, при которых наибольшим образом будут потребляться сельские ценности, а также суммарную величину спроса на рекреационные услуги. Данный метод позволяет спрогнозировать величину цены, при которой не сократится спрос на рекреационные услуги.

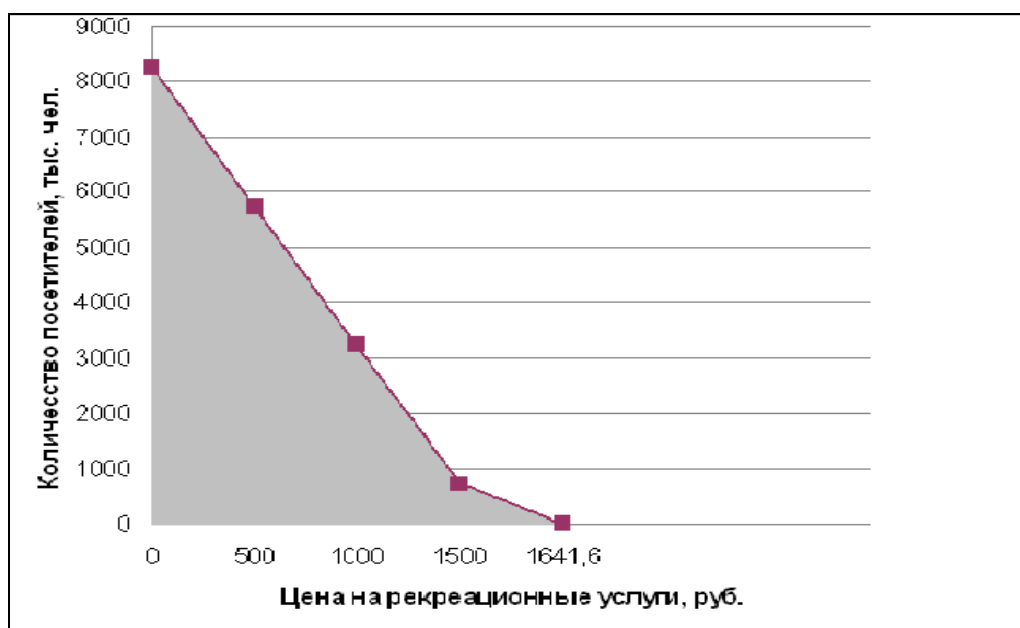


Рис. 2. Кривая совокупного спроса на рекреационные услуги

Учет потребительского поведения отличает метод в выгодную сторону, однако учитывается только потребительская ценность сельских достопримечательностей (ценностей).

Преимуществом является и то, что с помощью данного метода появляется возможность оценить внешние эффекты объектов сельского туризма на локальном уровне в различных регионах страны. Метод транспортных издержек удобно применять относительно конкретных мест рекреации (туристические базы, заказники, санатории в сельской местности, парки) при наличии учетных данных о количестве посетителей того или иного объекта.

В настоящее время сельский туризм активно развивается в Алтайском крае, создан специальный сайт, где представлена информация для туристов о сельских усадьбах во всех районах края, а также рекомендации для владельцев сельских усадеб.

Организация туров осуществляется туристами самостоятельно либо через туристических операторов. С владельцем сельской усадьбы заключается договор, где прописывается форма вознаграждения туроператора за содействие в поиске туристов. Кроме того, каждый владелец усадьбы может заключать договоры и с другими туристическими операторами.

Если туристы приезжают по направлению от туроператора, то они предоставляют специальный ваучер, заполненный турфирмой и заверенный печатью. В этом документе содержится достаточно информации, необходимой для выписки собственной квитанции. Один экземпляр квитанции выдается гостю, второй остается у владельца. На ос-

новании этой квитанции владелец делает позднее запись в свою книгу доходов. Если гость приехал самостоятельно, то владелец просит его предъявить документы и выписывает свою квитанцию, указывая в ней необходимую информацию. Существенно облегчит будущие отношения четкий письменный договор, заключенный между владельцем усадьбы и туристом.

К началу сезона организатор накапливает информацию об услугах каждого гостевого дома. Помимо этого обычно туроператор разрабатывает дополнительно специальные туры [5].

Сельский туризм в России является относительно новым направлением, способствующим развитию сельских территорий. В последние годы уделяется внимание со стороны не только научных сообществ, но и государственных органов власти. Так, мероприятия по развитию сельского (зеленого) туризма объединены в различного рода государственные программы и концепции как на региональном, так и федеральном уровне. Оказание финансовой поддержки в виде выдачи субсидий по кредитам на развитие сельского туризма находит свое отражение в Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг.

Развитие сельского туризма в регионах нашей страны будет способствовать росту доходов сельского населения, увеличению налоговых поступлений в местный бюджет, а также позволит расширить представление отдыхающих об истории, культурных традициях, познании сущности жизни на селе и развитию экологического сознания.

Библиографический список

1. Amenities for Rural Development – Required Policy Responses Working Party N 6 on Regional Development Policies) – DT/REG(98)8 – OECD Headquarters/.

2. Perman, R., Yue, M., McGilvray, J. and M. Common (2003): Natural Resource and Environmental Economics. 3rd Edition, P. 411-418.

3. Словарь современной экономической теории Макмиллана. – М., 1997. – 608 с.

4. Янбых Р.Г., Межонова Н.В. Экстерналии сельской местности и государственная политика сельского развития // Никоновские чтения – 2008: Роль инновации в развитии агропромышленного комплекса; под ред. А.В. Петрикова. – М.: ВИАПИ им. А.А. Никонова, «Энциклопедия российских деревень». – 2008.

5. Официальный сайт Алтайского края по сельскому туризму http://www.selo22.ru/dlya_usadeb/predostavlenie_uslug.html.



УДК 338.48:631.95(571.15)

Е.М. Барышникова

**ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ
КАК КОМПОНЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ**

***Ключевые слова:** Алтайский край, экологический туризм, имидж территории, сохранение биологического разнообразия, основные проблемы.*

Положительный образ территории, или ее имидж, формируется благодаря воздействию значительного количества факторов: наличие рекреационных ресурсов и экологическая составляющая территории, уровень и перспективы развития экономики, наличие развитой инфраструктуры, транспорта, сферы услуг, а также ее общая инвестиционная привлекательность.

Туризм, развитый на достаточно высоком уровне, позволяет путешественникам составить свое положительное мнение той или иной территории, а также престижа места в целом.

В плане развития экономики это может иметь первостепенное значение для привлечения инвестиций. Особенно важен положительный имидж территории для привлечения частного капитала. Величина привлеченного капитала оказывает косвенное воздействие туризма на экономику и социальную сферу на муниципальном и региональном уровне.

По туристическому потенциалу Алтайский край входит в 20 наиболее привлекательных регионов страны и занимает 2-е место среди регионов Сибирского федерального округа.

По данным общероссийской общественной организации «Зеленый патруль» Алтайский край занимает седьмое место в рейтинге экологически чистых регионов страны [1].

Благодаря стратегическому преимуществу географического положения региона,

уникальные природно-климатические условия края в сочетании с хорошо сохранившимся историко-культурным наследием (свыше 5000 памятников истории) создают потенциал для развития высокоэффективного, конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса международного уровня, формирующего благоприятный имидж региона на международной арене и обеспечивающего растущие потребности российских граждан в услугах, связанных с отдыхом, лечением и туризмом [2].

Сфера туризма является важным элементом экономики Алтайского края и одним из приоритетных направлений ее развития. Государственное регулирование проектов осуществляется с помощью Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011-2016 годы». В её рамках в регионе реализуются два проекта: автотуристский кластер «Золотые ворота Алтая» и туристско-рекреационный кластер «Белокуриха» [3].

Автотуристский кластер «Золотые ворота Алтая» на въезде в город Бийск раскинется на 60 га. Этот комплекс включит в себя ресторан, гостиницу-кемпинг, информационно-логический центр, торговый центр, сувенирные лавки, филиал автовокзала, блок с душевыми и горячей водой, ландшафтный дизайн с водными объектами. Предположительная стоимость проекта составит 1100 млн руб. Объект будет сдаваться не целиком, а поэтапно. «Золотые ворота Алтая» откроются в 2013 г. [4].

Туристско-рекреационный кластер «Белокуриха» основан на развитии 3 крупных комплексов, подразумевающих развитие 9