

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Развитие и продвижение сельского туризма (на примере конного клуба
«Золотая Подкова», Хвалынского района Саратовской области)**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 3 курса 361 группы

направления (специальности) 43.04.02 «Туризм» _____

Института истории и международных отношений

Струсъ Наталья Николаевны

Научный руководитель

Доцент, к.с.н., доцент _____ М.С. Отнюкова

Зав. кафедрой

Профессор, д.э.н., профессор _____ Т.В. Черевичко

Саратов 2024

ВВЕДЕНИЕ. Актуальность темы. Принятый в 2021 году закон утвердил программу развития нового направления отечественного туризма до 2030 года¹. Согласно этому документу, сельский туризм, наряду с внутренним, социальным, выездным, самодеятельным и детским туризмом признан приоритетным направлением государственной политики на ближайшее время. Пока доля сельского туризма в общем объеме путешествий по России не превышает 1,5%². Но ситуация постепенно меняется и агротуризм становится заметным трендом в российской индустрии отдыха.

Программа развития сельского туризма направлена поддержка и субсидии. Предусмотрено 2024 г. направить 72 млрд рублей на развитие сельского хозяйства в России. Выделенные средства нужны для выращивания овощей, фруктов и ягод в средней полосе и на арбузное производство в Краснодарском крае. По плану масштабные вливания обеспечат работой около 50 тысяч человек, улучшат местную инфраструктуру и качество жизни жителей села. Программой предусмотрено развитие примерно 50 смежных отраслей, которые так или иначе связаны с сельскохозяйственным производством в России. В итоге, к 2030 году доходы от сельского туризма должны вырасти до 50 млрд рублей³.

Сельский туризма решает ряд целых задач: обеспечение социально-экономического развития сельских территорий за счёт относительно нетрадиционных видов деятельности; создание и увеличение рабочих мест (обеспечение занятости населения); сплочение жителей сельских территорий, снижение оттока молодёжи с сельских территорий (сокращение процесса урбанизации в сельских территориях; сохранение и популяризация традиционного сельского уклада, ремёсел, способов возделывания земли и пр.;

¹ Федеральный закон от 02.07.2021 г. № 318-ФЗ - [Электронный ресурс]: [сайт]. - URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47029> (дата обращения: 08.11.2023). - Загл. с экрана. - Яз. рус.

² Сельский туризм. // Отдых в России. - [Электронный ресурс]: [сайт]. - URL: <https://www.kp.ru/russia/selskij-turizm-v-rossii/> (дата обращения: 08.11.2023). - Загл. с экрана. - Яз. рус.

³ Сельский туризм. // Отдых в России. - [Электронный ресурс]: [сайт]. - URL: <https://www.kp.ru/russia/selskij-turizm-v-rossii/> (дата обращения: 08.11.2023). - Загл. с экрана. - Яз. рус.

возрождение национальных традиций, обычаев, национальной культуры; решение экологических проблем, связанных с охраной природы; развитие сельской инфраструктуры; создание и активное функционирование туристических предприятий в удалённых, малонаселённых и неиндустриальных районах и регионах и др.

Отрасль сельского туризма обладает мультипликативным эффектом и не требует больших государственных вложений. Благодаря уникальности природы, богатому культурному наследию, традициям и обрядам сел, многие регионы России успешно реализуют проекты в области сельского туризма. В 2023 году на гранты для фермерских хозяйств было выделено 500 млн рублей, а на 2024-ый эту сумму увеличили до 700 млн рублей⁴. Кроме финансовой поддержки, аграрии и туристы получают информационную помощь. В каждом регионе сведения об интересных маршрутах собираются в реестр сельского туризма.

Хвалынский район является сельскохозяйственным районом области с развитым производством зерновых культур и животноводством⁵. Удачное географическое положение, живописный рельеф, покрытый лесными массивами, исторические и памятные места Хвалынского района определяет туристический потенциал района. Сельский туризм может стать одним из ресурсов развития экономики Хвалынского района.

Основными проблемами, сдерживающие развитие сельского туризма в Саратовской области, как и в большинстве регионов являются: очень затратная логистика, высокие цены на услуги; отсутствие подготовленных кадров; слабо развитая инфраструктура сельских поселений; недостаточное количество мест размещения, питания и проведения досуга; отсутствие комфортных условий и сервиса; недостаток информации, рекламы, маркетинга и продвижения.

⁴ Романова, Ю.А., Воинова, Н.Е. Анализ концепции развития сельского туризма в Российской Федерации // Актуальные исследования. - 2020. - №5(8). - С. 10-14.

⁵ Стратегия социально-экономического развития Хвалынского муниципального района до 2030 года - [Электронный ресурс]: [сайт]. - URL: <http://hvalynsk.sarmo.ru/upload/medialibrary/af9/af9230726e77df37df85f10e29ed47bd.pdf> (дата обращения: 08.11.2023). - Загл. с экрана. - Яз. рус.

Методологическими и теоретическими основаниями магистерского исследования стали труды следующих авторов: анализ подходов к определению сельского и агротуризма А.Г. Сарафановой, Н.В. Шабалиной, А.А. Сарафанова; анализ концепции развития сельского туризма в Российской Федерации Ю.А. Романовой, Н.Е. Воиновой.

Исследованию теоретических и прикладных проблем развития и управления туристской отрасли посвящены работы Александрова А.Ю., Ашхотова В.Ю., Барсукова Д.П., Биржакова М.Б., Боголюбова В.С., Воскресенского В.Ю., Гаврильчака И.Н., Горенбургова М.А., Гуляева В.Г., Загорина Н.Д., Зорина И.В., Квартальнова Е.А., Клеймана А.А., Косолапова А.Б., Лавровой Т.А., Минасова М.Ш., Смирновой Л.И., Усманова И.Ю. и др.

Вопросы формирования и развития сельских туристских дестинаций нашли отражение в работах Бородина А.Н., Ветитнева А.М., Гварлиани Т.Е., Гучек А.С., Орловой В.С. и др.

В настоящее время вопросы, связанные с разработкой и реализацией задач, направлений и механизмов развития сельского туризма находятся на активной стадии изучения. На сегодня существует формулировка «сельский туризм» в нормативно-законодательной основе функционирования сельских туристских хозяйств. Тем не менее слабо представлены работы по исследованию данных проблем применительно к отдельным регионам с учетом их территориальной специфики. Мало изученными остаются такие аспекты, как особенности и потенциал регионального рынка сельских туристских услуг, перспективные направления и географические ареалы его развития, методы и механизмы поддержки развития сельского туризма в контексте устойчивого развития сельских территорий.

Министерство сельского хозяйства РФ, активно продвигает федеральный проект по развитию «Агротуризма», что дает возможность фермерам развиваться не только в сфере сельхоз производства, но и попробовать

направление «агротуризм»⁶.

Источниковая база исследования опирается на российских и иностранных исследователей, а также законодательные и нормативно-правовые акты, такие как:

- ГОСТ Р 56642-2015 Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования⁷;

- Постановление о долгосрочной областной целевой программе «Развитие туризма в Саратовской области» на 2023-2030 годы;

- Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. N 2129р О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г. (с изменениями и дополнениями);

- На средства размещения для сельского туризма в сельской местности не распространяются требования классификации гостиниц. ст. 5. Федерального закона от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;

- Требования к средствам размещения для сельского туризма. С 01.03.2023 вводятся требования к средствам размещения для сельского туризма. Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 11.11.2022 №617 «Об утверждении требований к средствам размещения, используемым для осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере сельского туризма в сельской местности».

Цель магистерской работы исследование специфики развития и продвижение сельского туризма, а также разработка проекта экофермы на базе конного клуба «Золотая Подкова» для продвижения сельского туризма в Хвалынском районе Саратовской области.

⁶Федеральный закон от 02.07.2021 N 318-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»», статья 7 Федерального закона «О развитии сельского хозяйства».

⁷ Требования к средствам размещения для сельского туризма. - [Электронный ресурс]: [сайт]. - URL: publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202211290046?ysclid=leebt0eouy980644025 (дата обращения: 08.11.2024). - Загл. с экрана.

Для достижения поставленной цели были поставлены следующие **задачи**:

1. Изучить теоретические основания развития и продвижения сельского туризма России;
2. Рассмотреть понятие, сущность и основные классификации сельского туризма;
3. Изучить особенности продвижения сельского туризма посредством экоферм;
4. Провести исследование конного клуба «Золотая Подкова» как инструмента продвижения сельского туризма в Хвалынском районе;
5. Дать общую характеристику конного клуба «Золотая Подкова» Хвалынского района;
6. Провести анализ инструментов и методов продвижения конного клуба «Золотая Подкова» Хвалынского района;
7. Разработать проект экофермы на базе конного клуба «Золотая Подкова» для продвижения сельского туризма в Хвалынском районе Саратовской области;
8. Разработать цель, задачи и описать мероприятия проекта;
9. Провести оценку эффективности предложенных мероприятий и составить бюджет.

Объектом магистерской работы являются инструменты развития и продвижения сельского туризма в России.

Предметом магистерской работы является деятельность конного клуба «Золотая Подкова» как инструмент продвижения сельского туризма в Хвалынском районе, Саратовской области.

Эмпирическая база магистерского исследования включает в себя следующие методы:

- анализ хозяйственной деятельности конного клуба «Золотая Подкова», направленный на системное исследование значимых экономических показателей методом анализа документов за 2022-2023 годы;
- SWOT-анализ деятельности конного клуба «Золотая Подкова»;
- контент-анализ информационно-коммуникационных технологий в

продвижении конного клуба «Золотая Подкова»;

- контент-анализ ресурсов для продвижения и государственных программ развития сельского туризма;

- опрос посетителей конного клуба «Золотая Подкова» для контроля качества работы и развития предприятия.

Научная новизна представлена в научных результатах, полученных лично магистрантом. Новизна выражена в выборе предмета для исследования.

Практическая значимость исследования заключается в разработанном проекте экофермы на базе конного клуба «Золотая Подкова» для продвижения сельского туризма в Хвалынском районе Саратовской области. Разработанные проектные мероприятия могут служить примером для развития сельских объектов на других территориях России.

Апробация работы.

Результаты и тема магистерской работы обсуждались и докладывались на:

1. LXV Всероссийская научная конференция студентов, аспирантов и молодых учёных «Новый век: человечество, общество, история глазами молодых учёных», Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, г. Саратов, 8 апреля 2023 года. Тема доклада: «Создание центра активного отдыха и туризма на территории Хвалынского района».

2. Всероссийская научно-практическая конференция «Перегрузка Российского туризма как ответ на новые вызовы (с зарубежным участием)», Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, г. Саратов, 14 апреля 2023 г. Тема доклада: «Развитие и продвижение сельского туризма в Хвалынском районе Саратовской области (на примере экофермы «Золотая Подкова»)».

3. Всероссийская студенческая стратегическая сессия «Студенческий туризм – будущее туризма», Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, г. Саратов, 17 ноября 2023 г. Тема доклада: «Разработка студенческих маршрутов по Саратовской

области на примере Хвалынского района».

Основные публикации:

1. Струсь, Н.Н. Создание центра активного отдыха и туризма на территории Хвалынского района. / Н.Н. Струсь. // Новый век: человек, общество, история глазами молодых: Межвуз. сб. науч. тр. молодых ученых, аспирантов и студентов. Вып. 21 / под ред. А. В. Баранова. – Саратов, 2023. – С. 235-237.

2. Струсь, Н.Н. Разработка студенческих маршрутов по Саратовской области (на примере Хвалынского района). / Н.Н. Струсь., М.С. Отнюкова // СТУДЕНЧЕСКИЙ ТУРИЗМ - БУДУЩЕЕ ТУРИЗМА: Сборник научных трудов по материалам Всероссийской студенческой стратегической сессии. - Саратов: Саратовский источник, 2024. – С. 102-109.

Данная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и приложений.

Основное содержание работы

Первая глава посвящена исследованию теоретических тем сельского туризма и продвижения территории через призму экоферм, мы пришли к выводу, что такие объекты сегодня пользуются большой популярностью, предоставляют возможность людям, уставшим от городской суеты, ощутить гармонию с природой.

Сельский туризм привлекает тех, кто хочет понять, что значит жить в единении с природой, увидеть, как растут растения и попробовать ягоды прямо с куста. Посетители могут узнать, сколько невероятного можно приготовить из молока и растений, продегустировать свежую продукцию и попробовать приготовить что-то из нее, это дает возможность отдыхающим множество положительных эмоций, тем самым формируют у них представление о жизни в деревне. Кроме того, нельзя не отметить, что экофермы поддерживают естественную экосистему, что позволяет им гармонично вписываться в рекреационные территории и бережно сохранять окружающую природу.

Развитие туристических объектов значительно влияет на формирование туристических кластеров. Создание на данной территории разнообразных объектов, предлагающих культурно-развлекательные услуги, познавательные экскурсии, размещение, активный отдых, гастрономические предложение и сувенирную продукцию, позволяет обеспечить интересное времяпрепровождение для гостей. Это, в свою очередь, способствует росту туристической привлекательности территории, привлекая сюда еще больше посетителей и создавая благоприятные условия для бизнеса.

Важно также упомянуть о влиянии развития туристического сектора на экономику региона. Создание экофермы как туристического объекта открывает возможности для жителей малых городов и деревень, дополнительного или основного дохода. Или присоединиться в уже существующее сообщество со своей производимой или изготавливаемой продукцией, или как вариант дополнительно предоставлять услуги, тех которых на сегодня не предлагает Экоферма.

Экофермы представляют собой уникальные пространства, где гармонично сочетаются тихий отдых и активные развлечения. На их территории организуются разнообразные событийные мероприятия, углубляют их знания об истории, культуре и гастрономии. Где экофермы становятся не только местом для проживания, но и центром культурного обмена и взаимодействия между гостями, объединённого одной потребностью, быть ближе к натуральному и природе.

Экофермы — это не только привлекательные места для отдыха, но и целая экосистема, требующая вдумчивого подхода к организации работы, чтобы обеспечить стабильность и долгосрочную привлекательность для туристов.

Можно взять за основы примеры развития сельского туризма в Калужской области, с хорошими результатами и примерами⁸. Прекрасные регионы, такие как Краснодарский край, Алтай и другие, показывают успешное развитие сельского туризма. Согласно аналитическим исследованиям, наблюдается рост туристического потока, что говорит о все возрастающем интересе к отдыху в сельской местности.

Однако сейчас мы видим, что сельский туризм вновь приобретает популярность, становится все более привлекательным для путешественников, желающих насладиться уникальной природой, культурным наследием и традициями местной жизни. С учетом всех подчеркнутых аспектов можно уверенно говорить о перспективах и развитии сельского туризма в России.

⁸ Демишкевич Г.М., Карпова И.М., Животова Ж.В. Организация сельского туризма на базе крестьянского (фермерского) и личного хозяйства: методические рекомендации. —М.: ФГУ РЦСК, 2008. - 64 с.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Итак, проведенный анализ развития и продвижения сельского туризма (на примере конного клуба «Золотая Подкова», Хвалынского района Саратовской области), позволил сделать ряд выводов как теоретического, так и практического характера.

В результате проведенного теоретического анализа существующих источников, было выявлено, что сельский туризм растущее направление туристической отрасли. Сельский туризм – это разновидность туризма, главной особенностью которого является пребывание гостей в сельской местности, подальше от промышленных предприятий, поближе к природе. Туристы совершают поездку в деревню с целью отдохнуть от городского шума и суеты, а также для того, чтобы узнать что-то новое о жизни в глубинке и производстве сельскохозяйственной продукции, приобщиться к местным традициям.

Теоретический анализ показал, что сельский туризм объединяет и включает в себя все виды туризма в сельской местности: культурный, этнографический, познавательный, гастрономический, аграрный, событийный, экологический, активный и иные виды содержательного досуга в сельской местности. Мы в своем магистерском исследовании придерживаемся следующего понятия сельского туризма - это туризм, предусматривающий посещение сельской местности, малых городов с численностью населения до тридцати тысяч человек, в целях отдыха, приобщения к традиционному укладу жизни, ознакомления с деятельностью и (или) участия в сельхозработах без извлечения материальной выгоды. Деятельность, включающая в том числе оказание услуг по временному размещению, организации досуга, экскурсионных и иных услуг, осуществляется сельскохозяйственными товаропроизводителями в соответствии с требованиями, установленными Правительством РФ. При этом поддержка и развитие сельского туризма отнесены к направлениям господдержки развития сельского хозяйства.

Проанализировав особенности продвижения сельского туризма посредством экоферм, было определено, что экофермы представляют собой инновационный, но в то же время традиционный подход к земледелию и

животноводству, который полностью исключает использование химических веществ. Особенностью экофермы является необходимость проектирования её как единого полномасштабного комплекса. Это предполагает включение в план на этапе разработки собственного производства сырья и кормов, переработки, доставки продукции клиентам, механизмов розничных продаж, и, конечно, агротуризма, который приносит экоферме значительную часть дохода.

Можно взять за основы примеры развития сельского туризма в Калужской области, с хорошими результатами и примерами. Краснодарский край, Алтай и другие, показывают успешное развитие сельского туризма. Согласно аналитическим исследованиям, наблюдается рост туристического потока, что говорит о все возрастающем интересе к отдыху в сельской местности.

На наш взгляд создание сельских объектов оказывает выигрышный вариант в развитии бизнеса и территории, так как привязка идет прямая к локальному бренду, территории, гастрономии и народно культурных промыслов, тем самыми делая объект уникальным. Экофермы представляют собой уникальные пространства, где гармонично сочетаются тихий отдых и активные развлечения. На их территории организуются разнообразные событийные мероприятия, которые не только украшают отдых гостей, но и углубляют их знания об истории, культуре и гастрономии. Эти мероприятия разрабатываются с учетом интересов и потребностей каждого отдельного гостя, независимо от их возраста или увлечений. Таким образом, экофермы становятся не только местом для проживания, но и центром культурного обмена и взаимодействия между гостями, объединённого одной потребностью, быть ближе к натуральному и природе.

В аналитической части работы нами был проведен ряд практических исследований. Нами было проведен анализ хозяйственной деятельности конного клуба «Золотая Подкова», направленный на системное исследование значимых экономических показателей методом анализа документов за 2022-2023 годы; SWOT-анализ деятельности конного клуба «Золотая Подкова»; опрос посетителей конного клуба «Золотая Подкова» для контроля качества работы и развития

предприятия; контент-анализ информационно-коммуникационных технологий в продвижении конного клуба «Золотая Подкова»; контент-анализ ресурсов для продвижения и государственных программ развития сельского туризма.

При помощи анализа хозяйственной деятельности конного клуба «Золотая Подкова», было определено назначение и технические характеристики объекта, транспортная доступность и ландшафтное размещение, материальное обеспечение и другие характеристики объекта.

SWOT-анализ деятельности конного клуба «Золотая Подкова» показал, что к сильным сторонам можно отнести опытный персонал. Опытный персонал способствует повышению качества обслуживания клиентов, что может привести к увеличению их удовлетворенности и лояльности. Сотрудники с богатым опытом могут обучать новых членов команды, передавая свои навыки и знания, что способствует общему росту компетенции компании. Сильной стороной является высокая репутация, которая способствует привлечению новых клиентов через рекомендации и «сарафанное радио», а также помогает выделиться на фоне конкурентов и стать предпочтительным выбором для клиентов. Были выделены такие слабые стороны, как недостаток финансов. Ограниченные финансовые ресурсы могут затруднять масштабирование бизнеса, внедрение новых технологий и проведение кампаний по продвижению. Недостаток капитала может ограничивать возможности по привлечению и удержанию талантливых сотрудников или инвестированию в их развитие. Выделена слабая сторона, как ограниченные каналы сбыта. Небольшое количество каналов сбыта ограничивает доступ к различным сегментам рынка, снижая потенциал для роста и увеличения продаж. Необходимость развивать новые каналы сбыта требует дополнительных ресурсов и усилий, что может быть затруднительно при текущих финансовых ограничениях.

Рассмотрены такие возможности внешней среды, как рост спроса на внутренний туризм. Увеличение интереса к туризму открывает возможности для расширения предлагаемых услуг и увеличения клиентской базы. Компания может использовать этот тренд для разработки новых продуктов и услуг,

которые удовлетворяют изменяющиеся потребности клиентов. Рост спроса на туризм повышает вероятность успешной реализации маркетинговых стратегий и возврата инвестиций. Рост интереса к развитию туризма дает возможность выхода на новые рынки. Выход на новые рынки открывает возможности для увеличения продаж и диверсификации рисков. Освоение новых рынков может стимулировать инновации и развитие новых подходов в бизнесе.

Среди основных угроз основным является рост конкуренции. Высокий уровень конкуренции может привести к снижению цен и маржинальности, вынуждая компанию искать пути для оптимизации затрат. Усиление конкуренции затрудняет привлечение и удержание клиентов, требуя больше усилий в маркетинге и улучшении сервиса. Конкуренты могут быстрее адаптироваться к изменениям на рынке, если у них больше ресурсов или инноваций.

Методом контент-анализа информационно-коммуникационных технологий в продвижении конного клуба «Золотая Подкова» были проанализированы веб-сайт компании как основной информационный источник. На сайте «Золотая Подкова» представлена подробная информация обо всех туристических направлениях, истории клуба, актуальных ценах и предложениях. Кроме того, предоставлены необходимые ссылки на мессенджеры, через которые пользователи могут быстро связаться с представителями компании, получить дополнительные консультации и задать интересующие вопросы.

Проанализирована активность в социальных сетях. Наибольшей популярностью среди социальных сетей у компании пользуется платформа ВКонтакте. Здесь ежедневно публикуется разнообразный контент, который включает в себя развлекательные, экспертные, продающие и вовлекающие элементы. Ежемесячно составляется контент-план, что позволяет поддерживать интерес участников группы, а также информировать их о текущих акциях и специальных предложениях. Подписчики могут оставлять отзывы, делиться впечатлениями и активно взаимодействовать с контентом.

Для расширения клиентской базы и поддержания деловых связей с

туристическими агентствами и профсоюзами осуществляются регулярные e-mail-рассылки. В них содержатся предложения об экскурсиях и специальных условиях для организованных групп. Такой подход способствует привлечению новых клиентов и укреплению партнерских отношений. Для удобства туристов и повышения узнаваемости объект обозначен на картах Яндекс и Google. Это позволяет пользователям быстро находить местоположение объекта и знакомиться с отзывами и комментариями других гостей. Позитивные оценки увеличивают интерес и привлекают новых посетителей в конный клуб. Активная работа с отзывами на Яндекс помогает туристам быстро находить конный клуб. Кроме того, важно размещаться на сайтах-агрегаторах, таких как Трипстартер и Яндекс Путешествия, где пользователи часто ищут интересные предложения. Такие платформы обеспечивают дополнительную видимость и привлекают новых клиентов.

На текущий момент небольшой процент рекламы размещен в организованных туристических группах. Этот канал продвижения необходимо усилить, привлекая более активных партнеров, заинтересованных в отдыхе в Хвалынске. Важно сотрудничать с местными пабликами городов, таких как Саратов, Балаково и Ульяновск, для регулярного размещения рекламы о объектах и его услугах. Также конный клуб активизировал свои усилия в разработке видео контекста, выпуская интересные качественные клипы практически ежедневно. Это позволяет повысить вовлеченность и охват аудитории.

Хотя разработка мобильного приложения для конного клуба является дорогостоящим проектом, в Саратове успешно используется CRM система. Она помогает собирать и анализировать клиентскую базу, устанавливать коммуникации с клиентами и предоставлять им кешбэки. В Хвалынске такой сервис пока не запущен из-за необходимого уровня оборотов и поиска партнеров.

На протяжении последних трех лет (с 2022 года) конный клуб в сотрудничестве с местным бизнесом организует в г. Хвалынске такие события,

как семейный туристический фестиваль «Сказки леса». Это позволяет привлекать туристов и продвигать услуги клуба. Дополнительно устанавливается печатная реклама в местах размещения для информирования гостей, а также баннеры в пределах города.

Анализ партнерства с туристическими организациями показал, что сотрудничество с турагентствами и ТИЦ Саратовской области требует усиления. Несмотря на имеющиеся партнерства, многие агентства не готовы менять свои отработанные маршруты по г. Хвалынску. Решением может стать поиск новых партнеров в Самарской области и предложений, привлекающих интерес.

За три года работы филиала в Хвалынске было организовано множество различных кампаний по продвижению и рекламе, что уже приносит ощутимые результаты. В текущем году значительно возросла потребность в верховых прогулках и конный клуб рассматривает возможность расширения, а также подбора дополнительного персонала и ресурсной базы. Такой подход позволит удовлетворить растущий интерес клиентов и дальше развивать предоставляемые услуги. Размышляя о будущих перспективах, важно продолжать совершенствовать маркетинговые стратегии и адаптироваться к новым вызовам и потребностям рынка. Это поможет сохранить конкурентоспособность и улучшить качество предоставляемых услуг в долгосрочной перспективе.

Методом контент-анализа нами были проанализированы различные государственные программы развития сельского туризма и программы по развитию туризма на федеральном и региональном уровнях. Сегодня идет хорошая поддержка правительства на развитие туризма в России, есть основные программы, которые помогают строить объекты, приобретать оборудование и снаряжение. так же программы существуют по сельскому туризму.

Опрос с целью оценить качество работы конного клуба «Золотая Подкова», показал основные проблемы и выявили точки роста территории. В опросе приняли участие 52 человека. Женщины составили 80%, а мужчины – 20%. Возраст участников варьировался от 14 до 70 и более лет, что свидетельствует о разнообразной возрастной аудитории, посещающей данную территорию. Это

требует адекватных маркетинговых стратегий для продвижения.

Аудитория г. Хвалынска весьма разнообразна по возрасту, что следует учитывать при разработке туристических предложений и маркетинговых стратегий. Полученные данные показывают разнообразие туристических предпочтений: от краткосрочных поездок до длительного отдыха. Это подчеркивает потенциал г. Хвалынска как туристического направления для различных категорий посетителей.

Анализ предпочтений туристов в выборе мест размещения в городе показывает, что наибольшую популярность среди отдыхающих занимают гостевые дома, составляя 30% от общего числа опросов. Это свидетельствует о растущем интересе к более доступным и домашним условиям проживания. В то же время, заметно, что объекты с предложением питания, такие как гостиницы и парк-отели, также котируются у гостей, что подчеркивает важность комфорта и удобства во время путешествий.

Результаты нашего исследования показывают, что туристы, посещающие г. Хвалынск, отдают предпочтение разнообразным активностям и культурным объектам, среди которых наибольшей популярностью пользуются экотропы и термальные бассейны. Это подтверждает тренд на интерес к природе и активному отдыху, а также стремление к погружению в культурное наследие региона через музеи и вольерное хозяйство. Несмотря на то, что некоторые виды досуга, такие как картинная галерея и горнолыжные спуски, не привлекли столь значительного числа участников, они все же имеют своего зрителя. Учитывая эти предпочтения, можно с уверенностью сказать, что развитие туристической инфраструктуры, ориентированной на природу и местную культуру, будет способствовать привлечению еще большего числа посетителей в наш прекрасный край.

Идея открытия кафе с блюдами по локальным рецептам в г. Хвалынске нашла значительную поддержку среди респондентов, что подчеркивает интерес туристов к местной гастрономии и культурному наследию региона. Создание такого заведения может стать не только привлекательным местом для отдыха, но

и источником привлечения путешественников, желающих попробовать уникальные блюда. В то же время, мнение меньшинства о предпочтении привычной кухни открывает дополнительные возможности для развития разнообразного ресторанного бизнеса в городе. Тем самым, удачное сочетание традиций и современности может позволить Хвалынску занять особое место на гастрономической карте, удовлетворяя интересы самых различных посетителей.

Результаты исследования подтверждают высокий уровень интереса туристов к местным продуктам, что свидетельствует о их доверии к качеству и натуральности предложенной продукции. Примером успешного местного производителя является компания «Хвалынский сок», чья продукция не только удовлетворяет вкусовые предпочтения, но и поддерживает местных товаропроизводителей. Это подчеркивает важность развития локального рынка и привлекательности региона для туристов, что в свою очередь способствует экономическому росту и сохранению местных традиций.

99% указали интерес к туристическому объекту сельского туризма, где будет возможно купить натуральную сельскую продукцию, увидеть в естественном содержании домашних животных, покататься на лошадях, покормить домашних животных, респонденты отметили.

Обобщив результаты проведенных исследований, нами была определена основная проблема, которая заключается в неудовлетворенном интересе потребителя, который ищет возможность дополнительной опции в сфере сельского туризма и поиск локальной гастрономии на территории города Хвалынска. Несмотря на уже достигнутые успехи, конному клубу «Золотая Подкова» в г. Хвалынске необходимо продолжать развивать маркетинговые стратегии продвижения, искать новые партнерства и расширять присутствие в популярных медиа и онлайн-платформах для привлечения большего числа туристов и увеличения лояльности текущей клиентской базы. Конный клуб «Золотая Подкова» обладает всеми необходимыми ресурсами для расширения своей деятельности в качестве экофермы на базе конного клуба.

Для решения данной проблемы был разработан проект, цель которого

состоит разработка экофермы на базе конного клуба «Золотая Подкова» в соответствии с государственными стандартами и требованиями, которая станет привлекательным объектом посещения для туристов, будет способствовать продвижению г. Хвалынска и поддерживать местное сообщество.

В рамках проекта был составлен детальный бюджет, который включает в себя расходы на покупку и благоустройство территории, а также поэтапное возведение объектов и внедрение новых услуг и товаров. Были учтены затраты на формирование ресурсной базы и приобретение расходных материалов, что позволит создать качественную инфраструктуру. Также определены стоимости предлагаемых услуг и товаров, прописаны ключевые показатели прибыли и расходов с учетом временных и сезонных факторов. Исходя из проведенного анализа, сроки окупаемости проекта находятся на приемлемом уровне, а экономическая эффективность подтверждается основными показателями. Таким образом, можно уверенно заявить, что проект обладает потенциалом для получения прибыли и представляет интерес для потенциального туриста.