

Газизов // Вестник Красноярского государственного аграрного университета. – Красноярск: КрасГАУ, 2014, №9. – с.267-271.

2. Заднепровская, Е.Л. Сельский и промышленный туризм: учебное пособие / Е.Л.Заднепровская, Е.В. Ползикова. - Краснодар: ФГБОУ ВПО КГУФКСТ, 2018. – 226 с.

3. Заднепровская, Е.Л. Направления предпринимательства в агропромышленной местности в сфере сельского туризма / Е.Л.Заднепровская, Е.В.Ползикова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма.- Краснодар: КГУФКСТ, - 2018. Т. 1. № 1. С. 122-124.

4. Кучеренко, И.М. Разработка механизма партнерских взаимоотношений в туризме/ И.М.Кучеренко, Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская Е.Л., Я.В. Коробенко// Финансовая экономика. – М.: Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика», - 2019. № 1. С. 353-355.

5. Осипова, Е.Э. Гостевые дома как перспективная модель малого бизнеса в индустрии туризма / Е.Э. Осипова, Е.Ю. Ширихина // Российское предпринимательство. М.: Креативная экономика, – 2011, №12 (2). - с.157-161.

6. Ползикова, Е.В. Особенности стандартов туристских организаций / Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская // Актуальные проблемы правового и экономического знания: теория и практика: материалы международной научно-практической конференции. – Донецк: «Цифровая типография», 2018. – с.208-211.

УДК: 338.481

К ВОПРОСУ КООПЕРАЦИИ СЕЛЬСКИХ ГОСТЕВЫХ ХОЗЯЙСТВ В ОБСЛУЖИВАНИИ ТУРИСТОВ

**И. Ф. Емельянова, кандидат экономических наук, ст.преподаватель
ОО ВПО «Горловский институт иностранных языков»**

Аннотация. В статье освещены отдельные аспекты кооперации сельских гостевых хозяйств в обслуживании туристов. Отмечено, что кооперация в сельском туризме будет способствовать дальнейшей специализации хозяйств, привлечению большего количества туристов, повышению качества услуг, их современному наполнению.

Ключевые слова: кооперация, сельский туризм, сельское гостевое хозяйство, территориальная концентрация.

Развитие туризма в современных условиях требует от владельцев сельских гостевых домов систематической работы, связанной с улучшением качества обслуживания, формированием постоянной клиентской базы, поиском новых клиентов и др. Решить в одиночку все возникающие проблемы сельскому

собственнику зачастую не удастся, поэтому необходимо сотрудничество заинтересованных участников в развитии сельского туризма в отдельной сельской местности.

Понятие кооперации связей в сельском хозяйстве давно известно, однако в практике сельского туризма оно применяется недостаточно полно и успешно. Рассматривая сельскохозяйственную кооперацию как инфраструктурный институт поддержки малых форм хозяйствования нельзя игнорировать её влияние на сохранение и развитие сельских территорий. Отметим, что сельская местность занимает две трети площади Российской Федерации (около 5691,8 тыс. кв. км.), где проживает 37,3 млн. человек - 26% от общей численности и расположено около 150 тыс. сельских населенных пунктов, объединенных в 24409 сельских администраций и 1865 административных районов. При этом доля сельского населения в Краснодарском края составила на 01.01.2019 года 44.8% (таблица 1).

Таблица 1 – Численность населения городского и сельского населения в Краснодарском крае (по данным УФСГС по КК и РА, 2019)

годы	Всего населения, тыс. человек	в том числе		В общей численности населения, %	
		городское	сельское	городское	сельское
2011	5230,0	2768,5	2461,5	52,9	47,1
2015	5453,3	2948,0	2505,3	54,1	45,9
2016	5513,8	2994,9	2518,9	54,3	45,7
2017	5570,9	3041,9	2529,0	54,6	45,4
2018	5603,4	3075,2	2528,3	54,9	45,1
2019	5648,2	3116,4	2531,8	55,2	44,8

Кооперирование при продвижении и реализации сельских туристских услуг возникает в связи с ростом числа субъектов туризма и ужесточением конкуренции. В условиях села или близко расположенных поселений целесообразно оказывать друг другу помощь в обслуживании туристов, тем самым увеличивая разнообразие услуг. Это будет способствовать повышению привлекательности села для туристов. В основе кооперации субъектов лежит необходимость в согласованности действий в процессе обслуживания туристов. Принципами кооперации являются: взаимодополнение, взаимообогащение, взаимозамещение, взаимосотрудничество, взаимопомощь.

Явление территориальной концентрации в рамках производственной системы (в том числе туризма) получило название кластер. Кластеры могут образоваться в процессе проявления рыночных сил. Сельский туристский кластер – это группа географически соседствующих субъектов сельского туризма, предприятий, общественных организаций и связанных с ними органов государственного управления, формирующих и обслуживающих туристские потоки, использующие рекреационный потенциал территории. Особенностью возникновения такого кластера является необходимость создания

технологических связей между гостевыми домами и секторами экономики, участвующими как в производстве, так и в реализации туристского продукта.

Участниками кластера могут стать представители администрации, образовательные учреждения, профессиональные объединения, кооперативы, представители общественности и другие организации, которые заинтересованы в развитии своего региона.

Опыт приема туристов показывает, что в одиночку привлечь большое количество туристов в сельскую местность сложно. Поэтому нужно объединить усилия по предоставлению различных видов услуг и развлечений, чтобы людям было интересно. Специализация гостевых домов, качественные и количественные особенности услуг, их цена способствуют тому, что у владельцев сельских усадеб будет формироваться своя клиентура. Взаимодействие субъектов сельского туризма будет способствовать развитию специализации хозяйств. Например, одно хозяйство может заниматься пчеловодством, другое - животноводством, третье - сочетать выращивание растений с экскурсионным обслуживанием и т.д. Независимо от того, в каком гостевом доме разместились туристы, они смогут воспользоваться разнообразными услугами.

Практическая роль каждого из участников сельского туристского кластера в создании единого турпродукта и его компонентов связана с применением информационных технологий, обучением и консультированием, маркетингом, координацией, коммуникациями и др. Успех в конкурентной борьбе сопутствует современным предприятиям, имеющим лучшие нематериальные активы. Основное конкурентное преимущество заключается не столько в свойствах товара (услуг), а в значительной мере в сфере профессиональной компетенции туристских хозяйствующих субъектов. На рынке в ближайшем будущем будут конкурировать не сами предприятия (гостевые дома), а их кластеры (в том числе сельские туристские сообщества).

Отметим, что кооперация в сельском туризме будет способствовать дальнейшей специализации хозяйств, привлечению большего количества туристов, повышению качества услуг, их современному наполнению.

Литература:

1. Еремина, Е.А. Динамическое пакетирование туров в условиях перехода на цифровую экономику / Е.А. Еремина, Д.М. Джаббарова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ, - 2018. № 1. - С. 117-119.

2. Заднепровская Е.Л. Сельский и промышленный туризм /Е.Л.Заднепровская, Е.В.Ползикова. – Краснодар: ФГБОУ ВПО КГУФКСТ, 2018. – 226 с.

3. Заднепровская Е.Л. Направления предпринимательства в агропромышленной местности в сфере сельского туризма / Е.Л.Заднепровская, Е.В.Ползикова// Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма.- Краснодар: КГУФКСТ, - 2018. Т. 1. № 1. С. 122-124.

4. Заднепровская Е.Л. Туристские услуги как вид дополнительной деятельности в сельской местности /Е.Л.Заднепровская, Т.Н.Поддубная // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий. Материалы II международной научно-практической конференции. – Донецк: ДАУГС, - 2018. – с.299-302

5. Кучеренко И.М. Разработка механизма партнерских взаимоотношений в туризме/ И.М.Кучеренко, Е.В. Ползикова, Е.Л. Заднепровская Е.Л., Я.В. Коробенко// Финансовая экономика. – М.: Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика», - 2019. № 1. С. 353-355.

6. Минченко В.Г. Развитие аграрного туризма на основе виноделия и виноградарства на юге России / В.Г.Минченко, Е.Л.Заднепровская// Актуальные проблемы правового и экономического знания: теория и практика: материалы международной научно-практической конференции. – Донецк: Издательство: «Цифровая типография», 2018. - С. 172-176.

7. Юрченко А.А. Социально-экономические и рекреационные возможности развития туризма в Краснодарском крае / А.А. Юрченко, В.Г.Минченко, Е.Л.Заднепровская, Е.В. Ползикова // Вестник Национальной академии туризма. – СПб.: Национальная академия туризма, - 2017. № 3 (43). С. 48-52.

УДК: 642.5(075.8)

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР ПОЛУЧЕНИЯ ДОХОДА ПРЕДПРИЯТИЯМИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Е. Л. Заднепровская, кандидат экономических наук, доцент

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма»

Т. А. Джум, кандидат технических наук, доцент

Краснодарский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

О. Н. Бянкина, обучающаяся 4 курса

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма»

Аннотация. В статье рассмотрены основные способы повышения доходов в современном ресторанном бизнесе. Отмечено, что клиентоориентированный способ получения дохода через межличностные отношения и применение программ лояльности является наиболее действенным способом увеличения дохода.

Ключевые слова: доход, клиентоориентированность предприятия, покупательская лояльность.