

Дога В.С.

доктор экономических наук, профессор
Одесский государственный аграрный университет (Одесса),
Институт экономики, финансов
и статистики Академии наук Республики Молдова
e-mail: vdog@mail.ru

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЙ

Аннотация. рассматривается совокупность социальных, географических, экономических, исторических и рыночных подходов к определению понятия «сельская местность», которые в той или иной степени, отражают становление и развитие сельских территориальных образований. Обоснованы концептуальные положения на основе рыночного (маркетингового) подхода, в соответствии с которыми сельская местность определяется как объект, предоставляющий роль потребителя сельских ресурсов как внутренним, так и внешним субъектам, по отношению к местности.

Ключевые слова: сельская местность, сельская территория, сельский район, маркетинговый подход, маркетинговая деятельность в сельской местности.

Постановка проблемы. В двадцатом веке под влиянием урбанизации сельские местности испытали очевидные структурные изменения, заключающиеся в благоустройстве, улучшении инфраструктуры для увеличения производственных мощностей и модернизации сельской среды обитания. Расширение городских территорий, развитие коммуникаций, имплантация несельскохозяйственной деятельности, внедрение новой техники и технологий привело к формированию сельских отношений с новыми элементами и новыми формами собственности, обогащая их качественно и количественно [1]. Развитие сельских территорий на рыночной основе хозяйствования и предпринимательства является для постсоциалистических государств новым явлением, требующим новых подходов к формированию аграрной политики. Исходя из этого, неотложным заданием является создание такой экономической и социальной среды, которая содействовала бы повышению престижности и мотивации труда, привлекательных условий для проживания в сельской местности и инвестиций в сельскохозяйственную предпринимательскую деятельность, приостановки разрушения объектов социальной инфраструктуры сельских территорий. В контексте новых трансформационных перемен категория «сельская местность» еще недостаточно научно обоснована и остается малоизученной в прикладном отношении.

Анализ последних исследований и публикаций.

Термин *сельская местность* часто используется в политических кругах, научных сообществах и общественных дискуссиях. Проблемам развития сельской местности посвящены многочисленные исследования современных ученых-экономистов. В Украине весомыми в этом отношении признаны исследования А. Д. Гудзинского, И. И. Лукинова, Н. Й. Малика, А. Н. Онищенко, Н. П. Сахацкого, В. В. Юрчишина и многих других выдающихся ученых экономистов-аграрников.

Однако современные условия требуют комплексного подхода к определению понятия «сельская местность», обоснования его научного и практического содержания, что даст возможность сформировать новые концептуальные подходы к пониманию взаимосвязей развития сельской местности и эффективности функционирования всего хозяйственного комплекса сельской территории.

Обратимся к общему определению содержания термина «сельская местность», чтобы охватить в комплексе различные характеристики всех населенных пунктов сельских территорий.

С точки зрения этимологии, слово *сельское* происходит от латинского *rurs, ruris* и относится к культуре полей, территории занятой, заселенной, организованной и обрабатываемой человеком. *Сельское* означает земельное, территориальное, где преимущественно преобладают леса, посевы и зеленые участки, а общество в основном аграрное [1].

В результате изучения литературы по исследуемому вопросу, был выбран ряд понятий *сельской местности*, сформулированных специалистами в различных областях и в различных аспектах. Из множеств определений понятия сельской местности, заслуживают внимания следующие:

- сельская местность — это не абстрактное и однородное пространство, а гуманно-географическое и гетерогенное пространство [2];
- сельская местность представляет собой поля, крестьян и все виды их деятельности и негородские территории;
- прилагательное *сельский* используется, чтобы определить все, что относится к полям и, в

общих чертах, к жизни в селе, которая находится за пределами больших городов;

— сельская местность — не только офис аграрной деятельности, но и промышленности, ремесла, сельской торговли;

— сельская местность разделяется на две части, которые определяют, с одной стороны, чисто сельскохозяйственные проблемы, а с другой стороны, — проблемы сельской жизни, для людей, которые не занимаются сельским хозяйством;

— *сельский* подразумевает какой-то пейзаж, площадь обрабатываемой территории, где сельскохозяйственная деятельность является интенсивной, которая обычно несет на себе отпечаток деятельности человека: поля, сады, пастбища, застроенные территории [1];

— «сельские зоны являются разнообразными и сложными социально-экономическими структурами, в том числе селами, малыми городами, фермами, лесами, производствами, небольшими магазинами, торговыми и туристическими зонами, природными ландшафтами и культурными традициями» [3, с. 165];

— сельская местность считается «конкретным способом использования пространства, которое характеризуется относительно низкой плотностью населения и зданий, преобладанием ландшафтов, экономической деятельности преимущественно агро-лесо-пастырской» [4, с. 651];

— «сельское поселение представляет собой совокупность сельских населенных пунктов и населения, которая отличается в глобальном обществе определенными демографическими характеристиками (структура населения, плотность жилого района), экономические (характер работы, производственных отношений, структура источников доходов), социально-культурные (культурные традиции, нормы и доминирующие ценности, традиции)» [5, с. 7].

Формулирование целей статьи. Актуальность социально-значимой проблемы возрождения сельского хозяйства стран с переходной экономикой требует научно-методического обоснования. Для обеспечения эффективного управления аграрным сектором необходимым является обоснование новых концептуальных взглядов на сущность понятия «сельская местность» через призму рыночных отношений. В контексте вышеизложенного целью данного исследования является рассмотрение совокупности социальных, географических, экономических, исторических и рыночных подходов к определению понятия «сельская местность», которые в той или иной степени, отражают становление и развитие сельских территориальных образований и обосновать концептуальные положения, в соответствии с которыми сельская местность на основе

рыночного (маркетингового) подхода определяется как объект, предоставляющий роль потребителя сельских ресурсов как внутренним, так и внешним субъектам, по отношению к местности.

Изложение основного материала. Упрощенное определение сущности понятия сельской местности было разработано Организацией Экономического Сотрудничества и Развития (1997), которая дала понятию «сельский» строго географический смысл, обозначающий, скорее всего территории, а не села и города с низкой плотностью населения и разнообразной экономической деятельностью, относительно независимой от непосредственного влияния крупных зон [6, с.329].

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) использует один индикатор, который отличает сельские поселения от городских: количество человек на км². Таким образом, локально в Номенклатуре Территориальных Единиц для Статистики Европейского Союза НТЕС 5 (Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques) [7], общины классифицируются как сельские, если плотность населения составляет менее 150 человек на км². На региональном уровне (в основном НТЕС 3), выделяются три областные категории, в зависимости от доли населения, проживающего в сельских общинах. Таким образом, можно выделить следующие типы регионов:

1. преимущественно сельские: 50% населения живет в сельской местности,
2. значительно сельские: от 15% до 50% населения живет в сельской местности,
3. преимущественно городские: менее 15% населения живет в сельской местности [7].

В проблемах Европейского Союза, развитие сельских районов занимает особое место, как результат осознания опасности, которая угрожает культурной идентичности, природным ресурсам и устойчивости сельской местности. В этом направлении, Комитет по сельскому хозяйству и развитию сельских районов по инициативе Парламентского комитета Парламентской ассамблеи Совета Европы (1993) разработал в 1995 году, документ, известный как Устав европейской сельской местности, который включает в себя руководящие принципы устойчивого развития сельского хозяйства и европейской сельской местности.

В этом документе уточняется, что «сельские внутренние или прибрежные районы соответствуют селам и небольшим городам, где земля используется для сельского и лесного хозяйства, аквакультуры и рыбного хозяйства, а также и для других экономических и культурных видов деятельности жителей в этих областях (ремесла, промышленность, сфера услуг, туризм, досуг и т.д.)» [4, с. 656].

В западном мире понятие «сельский» имеет определенный статус в экономико-социальной теории и практике. Его не следует отождествлять с сельским хозяйством. Село, как человеческое сообщество, которое, в дополнение к сельскому хозяйству, практикует множество других мероприятий (экономических, социальных, культурных, научных, политических и т.д.) представляет основу сельского хозяйства.

Термин «сельская местность» трактуется по-разному и имеет неодинаковые количественные характеристики в разных странах. Например, во Франции, сельская местность включает менее 2000 жителей. В Швеции, напротив, сельская местность включает менее 200 жителей [8, с. 66-67].

Сельская местность в Украине может быть оценена по двум основным статистическим показателям: доля сельского населения в общей численности населения и доля площади сельской территории от общей территории страны. Даже если опираться только на эти два индикатора, вполне можно утверждать, что сельские проблемы для Украины и других стран с переходной экономикой имеют первостепенное значение. Но было бы неправильно ограничиться ими, несмотря на их значимость, потому что они не в полной мере выражают отношения между сельской местностью и остальной частью страны.

Понятие «сельская местность» является объектом изучения различных научных направлений — экономики, истории, географии, социологии, политики. Эксперты из различных областей имеют дело с понятием «сельской местности» с точки зрения их конкретного объекта исследования и интерпретируют его по-разному.

Совокупность социальных, географических, экономических, исторических и рыночных подходов к определению понятия сельской местности в той или иной степени, отражают становление и развитие сельских территориальных образований (рис. 1).

С экономической точки зрения сельская местность определяется как совокупность всех видов экономической деятельности, разрешенных и происходящих в стране, имеющая соответствующий уровень развития производительных сил. Сельская местность характеризуется преобладанием сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности, как видов экономической деятельности, базирующихся на местном сырье с конкретной важной функцией сельскохозяйственного производства.

В дополнение к сельскому хозяйству базовые виды деятельности включают и традиционные ремесла, освоение местной флоры и фауны и новые рабочие места, порожденные городской цивилизацией, которая усиливает развитие промышленности, услуг и инфраструктуры. В этой связи важно

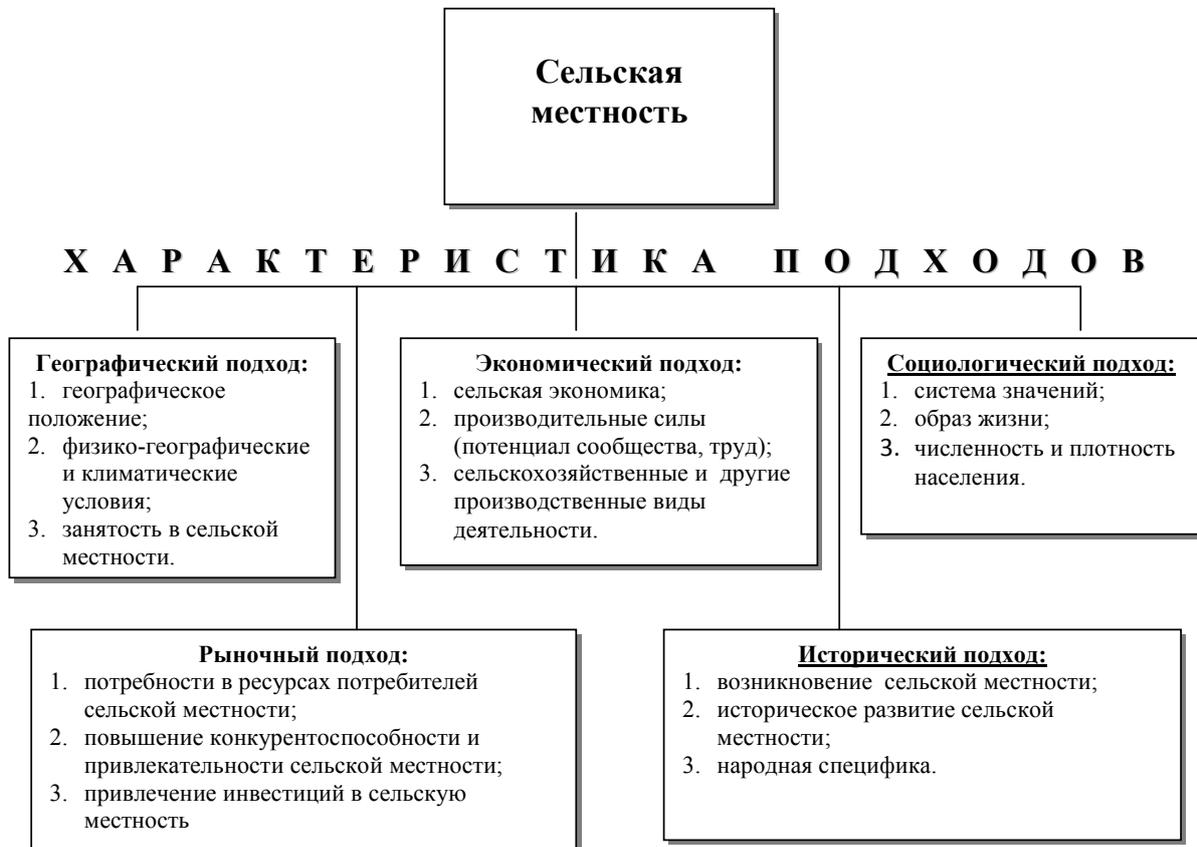


Рис. 1. Характеристика совокупных подходов к определению понятия сельской местности
 Источник: Разработки автора

отличать сельское хозяйство от сельской экономики, которая содержит «все экономические и социальные процессы, осуществляемые в сельских общинах» [4, с. 653].

Социологический подход дает определение особенностей сельских общин с точки зрения образа жизни, различных систем ценностей, поведения (отношения и обязательства в основном, личные, но и в процессе производства материальных благ, группе людей, живущих на территории сельской местности), количество и плотность населения в этих общинах являются социологическими подходами для сельской местности. Таким образом, село является автономным социально-экономическим сообществом, включающим все индивидуальные хозяйства и сложную сеть отношений и роли, порожденных сельскохозяйственной деятельности политической, моральной, культурной жизни.

В географии наиболее часто используется определение сельских поселений человека и среды обитания местности, как синоним понятия «сельской местности». В связи с этим, понятие «сельская местность» на основе географического подхода означает ограниченную территорию, характеризуемую географическим положением: физико-географическими, климатическими условиями и экологическими факторами (деградация окружающей среды, чрезмерная эксплуатация природных ресурсов). При этом подходе учитываются и такие характеристики, как плотность населения, дисперсия или концентрация жилья, размер и структура построенного жилого фонда; степень изоляции и влияние городской местности, уровень социальной и технической оснащенности; региональные особенности (природные условия, наличие и распределение природных ресурсов).

Таким образом, в соответствии с географическим подходом, сельская местность определяется как территориальная система или как «функциональная система, которая состоит из элементов и связей, направленных на достижение общих целей и конкретных результатов социально-экономических и культурных ценностей» [9, с. 21].

Согласно рассмотрению понятия сельской местности в историческом контексте, она является особенностью, характеризующей возникновение сельской местности, этапы развития и эксплуатации ресурсов местности, специфичности и оригинальности этнокультурного наследия местности.

На наш взгляд, определение «сельская местность» не должно быть ограничено социальным, экономическим, историческим и географическим подходом. Определения сельской местности должны рассматриваться с точки зрения и в контексте развития рыночных условий. В соответствии с рыночным (маркетинговым) подходом, сельская

местность может быть определена как объект, который предоставляет роль потребителя сельских ресурсов как внутренним, так и внешним субъектам, по отношению к местности. Именно эффективное использование земельных ресурсов, продуктов и услуг, предлагаемых на этой территории, позволяют обеспечить создание и рост благосостояния населения сельской местности.

Отметим, что о маркетинговой деятельности в городе или стране в науке дискутировали много. В результате этих дискуссий опубликовано достаточно книг и статей, в то время как районы сельской местности относительно применения здесь маркетингового подхода остались без внимания ученых. Изучая различные библиографические источники, мы не нашли определения прикладного маркетинга или маркетинга в сельской местности. Считаем, что сельские территории — это в настоящее время именно то состояние, где возможны реализация и достижение основной цели маркетинга, которая заключается в улучшении качества жизни.

Таким образом, мы можем характеризовать маркетинговую деятельность в сельской местности как применение рыночных (маркетинговых) инструментов для сельских общин с учетом особенностей и характеристик, основной целью которых является повышение конкурентоспособности и привлекательности этой местности.

Сельская маркетинговая деятельность представляет собой социальный и административный процесс, необходимый для поддержки или изменения отношения участников рынка на локальном конкретном уровне, направленный на потребности и требования одного лица, группы потребителей и или социальных сообществ, с помощью эффективного производства и воспроизводства планируемого управления ресурсами.

Экономический кризис последних лет сказался довольно сильно на возможности социально-экономического развития поселений людей, в том числе сельских. Хотя в последние годы были разработаны различные программы по развитию сельских территориальных общин, сегодня достигаются только некоторые из позиций, а именно те, которые касаются обеспечения населения водой, газом, канализацией и др.

В течение долгого времени под воздействием технического и технико-технологического прогресса, который характеризуется ускоренным развитием промышленности путем создания взаимозависимости с сельским хозяйством, в отличии между городами и селами произошли значительные изменения как социальные, экологические, так и экономические, которые привели к снижению уровня жизни населения и, как следствие, к миграции сельского населения. Миграция из сельских

районов в городские имеет значительное влияние на среду обитания, проявляется в изменении размера сельских районов, снижении плотности учреждений сети образования и здоровья, что требует создания социальной инфраструктуры в селах. В результате этой ситуации развитые страны обеспокоены балансом соотношения село - город и возрождения сельских местностей, которые являются хранителями культурных, духовных и других уникальных ценностей.

«Проблема планового развития сельской местности является одной из самых сложных проблем современного состояния, потому что, по сути, предполагает достижение баланса между потребностью сохранения сельской местности с экономической, экологической и социально-культурной точки зрения с одной стороны и тенденции модернизации сельской жизни с другой стороны. Развитие сельской местности находится на месте слияния тенденции расширения городов и агрессивного развития промышленности за счет сельских районов и необходимости поддерживать, насколько это возможно, существующие размеры сельских территорий. Развитие сельской местности имеют тенденцию к модернизации, основной целью которых является поддержание и сохранение национального характера пространства и сельской культуры. Там, где были серьезные физические или социально-культурные повреждения, на местном, региональном или национальном уровне предлагается решение реконструкции или, возможно, восстановление этих районов (местности) и приведение их в соответствие со стандартами сельской местности» [1].

Чаще всего, сельская местность взаимодействует с городским окружением. Сельские знания во всех их аспектах требуют во многом сравнительного анализа между понятиями «сельский - городской». Различия между сельскими и городскими районами с точки зрения экономической и социальной сфер организации и развития проблем являются результатом противоречий между сельским и городским уровнями.

Во многих развитых странах тенденции научно-технического прогресса и передовых технологий успешно применяются и проблемы развития сельской местности достигли существенных размеров местного и национального значения, которые занимают особое место в стратегии развития страны. Это объясняется большой площадью сельской местности, высоким удельным весом населения, проживающего в сельской местности, а также значением сельской жизни при всей ее сложности.

Села в Украине являются основной составной частью страны и играют важную роль в экономическом и социальном развитии сельских территорий. Таким образом, развитие областей, районов и сел

должно быть спланировано рационально и согласовано с общими целями государства. Кроме того, надо принять во внимание, что сельские районы являются гетерогенными единицами, которые различаются по уровню экономического и социального развития, фондам природных ресурсов, культурным традициям.

Сбалансированное развитие сельских территорий можно рассматривать как долгосрочное улучшение условий жизни в стране в соответствии с императивами экономического, социального, культурного и экологического самоуважения населения [10, с. 10].

Все это подтверждает, что в настоящее время необходимо разработать новую концепцию устойчивого развития сельских населенных территорий, а именно, с точки зрения свободы развития рынка, рыночных отношений, маркетинга сельской местности.

Развитие сельских территорий в Украине в контексте повышения их привлекательности предполагают внимание и решение социально-экономических проблем, таких как:

- разработка новых технологий для сельского хозяйства, стимулирующая деятельность агробизнеса, создание необходимой инфраструктуры для обслуживания отраслей агропромышленного производства за счет привлечения прямых инвестиций в сельское хозяйство и переработку сырья;
- разработка мероприятий по уменьшению миграции населения и привлечения молодежи в сельские районы, повышению доходов и уровня жизни сельского населения путем создания альтернативных возможностей трудоустройства, эффективной занятости и социального восстановления и устройству инфраструктуры на селе;
- государственные инвестиции в коммунальное хозяйство (дороги, водные ресурсы, связь, энергоносители) и инфраструктуру бизнеса;
- привлечение инвестиций в новые современные адаптивные транспортные средства и связь в селах с целью поддержания и развития их доступа к социальным услугам и внешнему миру;
- поддержка и разработка рыночных (маркетинговых) структур по внутренней вертикали — село, район, область, страна, а также за ее пределы;
- продвижение программ по привлечению инвестиций и грантов, включая иностранные инвестиции.

Отметим, что решение этих проблем во многом зависит от инвестиционной политики и деятельности местных органов административного управления, направленной на повышение привлекательности и конкурентоспособности сельской местности. В этой связи анализ факторов, влияющие на привлекательность сельской местности является важной составной в исследованиях данной темы.

Выводы. В настоящее время назрела острая необходимость разработать новую концепцию устойчивого развития сельских населенных территорий. Такая концепция должна основываться на рыночном (маркетинговом) подходе.

Маркетинговый поход к управлению развитием сельской местности в странах с переходной экономикой практически не имеет научно-методического обоснования. Методология исследования поиска путей обеспечения устойчивого развития сельских территорий требует соответствующего категориального аппарата и, прежде всего, уточнения сущности понятия «сельская местность» через призму рыночных отношений, поскольку именно эффективное использование земельных ресурсов, продуктов и услуг, предлагаемых на этой территории, позволяют обеспечить создание и рост благосостояния населения не только сельской местности, но и государства в целом.

Рыночный (маркетинговый) подход к определению сущности понятия «сельская местность» позволит создать научно-методическое обеспечение маркетинговой деятельности в этой важной части экономики страны, решить проблему повышения конкурентоспособности и привлекательности сельской местности.

Развитие сельских территорий в Украине в контексте повышения их привлекательности, требует сосредоточения внимания на некоторых аспектах социально-экономического характера, таких как:

- развитие и техническое оснащение сельской местности;
- предотвращение миграции населения из села в город;
- государственные инвестиции в инфраструктуру;
- поддержка разработки маркетинговой ассоциации;
- продвижение и содействие программам привлечения инвестиций.

Отметим, что решение этих проблем во многом зависит от инвестиционной деятельности, осуществляемой в сельских районах и от способности быть привлекательным и конкурентоспособным. В этой связи анализ факторов, влияющих на привлекательность сельской местности, является важной составляющей и направлением последующих исследований данной темы.

Литература:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. — М.: Экономика, 1989. — 519 с.
2. Бондаренко В.А. Маркетинг территорий: Аспекты финансовой привлекательности инвестирования в территориальную инфраструктуру / В.А. Бондаренко // Практический маркетинг, 2007, №3(121). — С. 38-44.
3. Асаул А.Н., Денисова И.В. Состояние инвестиционного климата региона — основа развития строительного

комплекса. Доклад на Годичном 39 собрании Санкт-Петербургских Научных Советов по экономическим проблемам Российской академии наук 3 марта 2001 года в г. Санкт-Петербурге. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа <http://planovik.ru/invest/articles/7.htm> (accessat 22/02/2007).

4. Крошилин С, Медведева Е. Муниципальный маркетинг: первоочередные задачи на самом «местном уровне» / С. Крошилин, Е. Медведева // Маркетолог, 2008, № 5. — С.18-23, № 6.- С.11-15.
5. Важенина И.С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде/ И.С. Важенина // Маркетинг в России и за рубежом, №6(56), 2006. — С. 92-95.
6. Дерябина Я. Сравнительный анализ подходов к оценке инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности российских регионов/ Я. Дерябина// Инвестиции в России, 2003, № 8.- С. 17-19.
7. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива/ Ж. Ж. Ламбен. — СПб.: Наука. — 2002. — 239 с.
8. Ассель Ф. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов/ Ф. Ассель М.: ИНФРА — М. — 510 с.
9. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег/ Дж. Кейнс. — М.: Професс, 1999. — 352 с.
10. Жердева О. В. Методы и приемы маркетингового анализа территории/ О.В. Жердева // Маркетинг и маркетинговые исследования, 2006, № 2(62). — С. 110-119.

Дога В.С. Концептуальні підходи до визначення поняття сільської місцевості через призму ринкових умов.

Анотація. Розглядається сукупність соціальних, географічних, економічних, історичних і ринкових підходів до визначення поняття «сільська місцевість», які в тій чи іншій мірі відображають становлення та розвиток сільських територіальних утворень. Обґрунтовано концептуальні положення на основі ринкового (маркетингового) підходу, згідно з яким сільська місцевість визначається як об'єкт, що надає роль споживача сільських ресурсів як внутрішнім, так і зовнішнім суб'єктам, по відношенню до місцевості.

Ключові слова: сільська місцевість сільська територія, сільський район, маркетинговий підхід, маркетингова діяльність у сільській місцевості.

Doga V.S. Conceptual Approaches to the Definition of rural Areas through the Prism of market Conditions.

Summary. The range of social, geographical, economic, historical and market-based approaches to the definition of «rural area», which reflect the formation and development of rural territorial units is discussed. The conceptual provisions on the basis of the market approach, under which rural area is defined as an object which exposes the role of the consumer rural resources both internal and external parties with respect to the terrain is grounded.

Key words: rural area, rural region, marketing approach, marketing activities in rural areas.