

Аналитический обзор стратегий и практического опыта некоторых Европейских стран в развитии сельского туризма

выполнен в рамках проекта АНО «АРСИ»: «Развитие профессионального сообщества НКО и их партнеров в сфере сельского туризма: от диалога к практике», 2018-2019 гг. Проект реализуется с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов.

*Эксперт проекта: Пантюхина Светлана.
Дата выполнения: Август 2019.*



Содержание аналитического обзора

| | |
|---|----|
| Введение | 3 |
| Структура управления отраслью туризма в разных странах | 3 |
| Финансирование отрасли | 5 |
| Стратегии по развитию туристической отрасли и практическая деятельность | 6 |
| Глобальные тенденции, которые будут формировать развитие отрасли в ближайшей перспективе | 6 |
| Ряд заключительных комментариев - общие тенденции современной политики в туризме в Европейских странах | 8 |
| Устойчивый туризм - одна из самых важных глобальных тенденций | 8 |
| Выбор стран и органичения для проведения аналитического обзора | 10 |
| Обобщенная справка о политике в сфере сельского туризма стран Европы | 10 |
| Приложение 1 | 12 |
| Практические примеры | 13 |
| Сельский туризм в Испании | 13 |
| Сельский туризм в Финляндии | 14 |
| Сельский туризм в Австрии | 16 |
| Сельский туризм в Германии | 18 |
| Сельский туризм в Великобритании | 22 |
| Сельский туризм в Польше | 24 |
| Сельский туризм в Белоруссии | 27 |
| Программы поддержки развития сельских территорий и сельского туризма ЕС | 29 |
| Заключительные обобщения и рекомендации по развитию отрасли туризма, в частности, сельского туризма, основанные на опыте стран Европы | 31 |
| Приложение 2 | 34 |

Введение

Поскольку туризм в России признается перспективной отраслью, с потенциально значимым вкладом в экономику, при разработке стратегий и практических шагов необходимо знать и учитывать мировые тенденции.

Организация Экономического Сотрудничества и Развития регулярно публикует аналитический документ о современных тенденциях и существующей политике развития туристической отрасли в странах-участниках ОЭСР и партнерах. В документе, опубликованном в 2018 году, особым образом подчеркивается важность перехода к более устойчивым формам туризма и корпоративной ответственности, а также важность межсекторного и межрегионального / межнационального сотрудничества с целью лучшей адаптации отрасли к стремительно меняющейся ситуации в мире.

Туризм, основанный на активном участии максимального количества заинтересованных сторон и принципах устойчивого развития, помимо прямого экономического эффекта может способствовать всестороннему развитию как городских, так и сельских территорий, содействовать социальной интеграции, при грамотном подходе - содействовать более эффективной работе ООПТ. Туризм также может повышать осведомленность о культурных и экологических ценностях территорий, служить мощным образовательным инструментом и активно пропагандировать ценности устойчивого подхода не только к путешествиям, но в целом более гармоничного образа жизни.

Однако такие задачи практически невыполнимы при "классическом массовом туризме", именно поэтому многие страны мира активно поддерживают и развивают такие направления туризма, как, например, экологический, просветительский, сельский и т.п., что к тому же отвечает на запросы сегодняшних современных туристов. Несмотря на то, что доля массового туризма все же превалирует, однако современные тенденции, экологическая и экономическая ситуация в мире заставляет специалистов отрасли искать новые подходы, компромиссные решения и более устойчивые формы туризма.

Если проследить путь развития туристической отрасли Европейских стран и России, то можно увидеть значительное количество схожих этапов, в частности, это очевидно для сельского туризма. Отставая от многих стран Западной Европы приблизительно на 20-25 лет, РФ, тем не менее, идет схожим путем развития, а кроме того, в современном мире невозможно быть в стороне и не принимать во внимание глобальные тенденции отрасли, поскольку рано или поздно их придется учитывать в стратегиях и практических шагах. Именно поэтому чрезвычайно важно изучать опыт европейских стран и внимательно следить за глобальными течениями как в практической деятельности, так и в исследовательской аналитической работе.

Данная аналитическая записка представляет собой краткий обзор ситуации в туристической отрасли некоторых стран мира, глобальные тенденции развития отрасли, а также некоторые практические примеры успешных практик, с отдельной главой, посвященной политике в области сельского туризма.

Структура управления отраслью туризма в разных странах

Поскольку значимость туризма, в том числе экономический вклад отрасли в национальные бюджеты, не подвергается сомнению, в каждой стране есть ведомство, ответственное за развитие, продвижение и управление туристическим сектором. В некоторых странах есть целевое министерство туризма (Бразилия, Болгария, Коста-Рика, Хорватия, Египет, Греция, Израиль, Мальта, Мексика, Марокко, Филиппины и Южная Африка). Зачастую туризм находится в ведении Министерства экономики или аналогичного ведомства, занимающегося торговлей и бизнесом (Канада, Чили, Колумбия, Дания, Эстония, Финляндия, Германия, Исландия, Латвия, Литва, Люксембург, Нидерланды, Новая Зеландия, Норвегия, Перу, Португалия, Словения, Швеция, Швейцария и США). В Австралии, Франции и Венгрии

туризм находится в ведении Министерства иностранных дел, а в Австрии, Исландии и Испании он идет в связке с департаментами, ответственными за устойчивое развитие, инновации или технологии. Так, в Испании, например, недавно начало работать новое министерство энергетики, туризма и технологий, в то время как в Австрии было создано Федеральное министерство устойчивого развития и туризма. В некоторых странах туризм связан с культурой (Италия, Корея, Румыния, Российская Федерация, Турция и Великобритания) или транспортом (Ирландия, Словакия) и спортом (Корея, Польша). В общем, единой схемы отраслевой привязки туризма нет, в каждой стране есть своя логика и обоснование отраслевых подразделений на государственном стратегическом уровне, однако практически везде работают национальные туристические организации (НТО), чаще всего подчиняющиеся соответствующему ведомству, и занимающиеся маркетингом и продвижением турпродуктов разного характера и уровня. В некоторых случаях такие НТО также располагают бюджетом для поддержки развития отрасли.

Комплексный характер туризма требует такого же комплексного подхода для максимально эффективного развития отрасли, поэтому в большинстве стран существует практика межведомственных комиссий и рабочих групп, занимающихся вопросами туризма. Необходимость такого подхода была подтверждена на Совещании высокого уровня ОЭСР по туризму в 2017 году, на котором страны подписали Заявление о политике в области туризма, основанной на принципах устойчивости и многопрофильности. В Заявлении подчеркивается важность туризма как двигателя всестороннего устойчивого экономического роста, с опорой на более четкую координацию и сотрудничество разных ведомств и заинтересованных сторон.

При этом важна координация как "горизонтальная" - межведомственная, так и "вертикальная" - между центральным правительством и регионами, и муниципалитетами. Важность эффективного управления "на местах", включая маркетинг и разработку продуктов, все чаще подчеркивается в глобальных стратегиях по устойчивому туризму.

Примеры координационных организаций по туризму:

| |
|--|
| <p>В <i>Дании</i> есть Национальный туристический форум, который возглавляется Министерством промышленности, бизнеса и финансов и включает председателя VisitDenmark, двух членов от регионов Дании, одного члена от местного правительства Дании, двух членов, представляющих индустрию туризма, и представителя научного сектора, ответственного за исследовательскую деятельность в туризме.</p> |
| <p>В <i>Финляндии</i> межведомственная рабочая группа по туризму собирается несколько раз в год. В 2016 году была создана группа по сотрудничеству в сфере туризма, в которую вошли 35 лидеров отрасли, представляющих различные сферы туризма.</p> |
| <p>Во <i>Франции</i> Межведомственный комитет по туризму был создан в 2016 году и регулярно проводит заседания под руководством премьер-министра с заранее запланированными конкретными повестками дня. Такой подход позволяет мобилизовать различные отделы вокруг приоритетных проектов.</p> |
| <p>В <i>США</i> в состав Консультативного совета по туризму и путешествиям входят до 32 представителей бизнес сектора, чья задача - доносить политические требования профессионалов отрасли до министра по коммерческой деятельности. Совет по политике в области туризма - это межведомственная организация, создание которой закреплено законодательно. Совет обеспечивает соблюдение интересов страны в области туризма при принятии федеральных решений, координирует национальную политику и программы федеральных агентств, затрагивающие вопросы туризма.</p> |

Многие страны практикуют создание Организаций по управлению туризмом "на конкретных территориях" (Destination Management Organisation - DMO), которые оперируют на уровне регионов и муниципалитетов, обеспечивая максимальную вовлеченность всех

участников отрасли, а также обеспечивая обмен опытом и лучшими практиками между территориями. Закон о создании подобных ДМО был недавно принят в Румынии, во многих странах Западной Европы такие организации работают уже не один год.

Важнейшей задачей в развитии туризма является поддержка инициатив, идущих "снизу", гарантируя право голоса регионам и муниципалитетам при разработке национальной политики и программ в сфере туризма. Большинство стран включают региональных представителей в национальные координационные структуры по туризму. Часты случаи, когда координацию и поддержку в сфере туризма могут оказывать нетуристические организации - например, в Швеции Ассоциация местных органов власти и регионов (SALAR) все активнее взаимодействует с туротраслью и поддерживает работу своих членов через тематические сети и конференции.

Финансирование отрасли

В целом, наибольшая доля бюджета на туризм, как правило, направляется на маркетинг и продвижение, в том числе на деятельность НТО, а также для поддержки бизнес сектора. В некоторых странах значительные суммы выделяются на проекты и программы по улучшению инфраструктуры и разработке турпродукта в регионах со слабой инфраструктурой, но с потенциалом для развития туризма.

В большинстве стран значительная доля финансирования туризма поступает из бюджетов центрального правительства. Структурные фонды Европейского Союза также являются важным источником в соответствующих странах. Другие источники включают средства от налогов и сборов за проживание, авиаперелеты, использования других ресурсов. Предприятия могут также вносить взносы за предоставленные услуги. Это могут быть обязательные взносы поставщиков туристических услуг, доход от использования государственных брендов, связанных с туризмом, штрафы, налагаемые на поставщиков туристических услуг за правонарушения.

Поддержка туристического бизнеса и привлечение инвестиций:

Австралия: Tourism Australia (Государственный комитет по туризму) и Austrade (Комиссия по торговле и инвестициям) в партнерстве разработали комплексную программу: Специализированный отдел поддержки проектов помогает авторам выбранных проектов на стадиях доработки и согласования проектных планов и документации, а также оказывает информационную поддержку в поиске и получении инвестиций. Специалист по инвестициям работает с территориями, развитие которых стратегически важно. Программа по развитию туристической инфраструктуры, основанная на принципе приоритетности спроса, финансирует проекты, которые согласуются со стратегическими целями государственной и региональной политики.

В *Австрии* Австрийский банк развития туризма предоставляет выгодные кредиты и поощряет новые бизнес-проекты. В стране существует целевая программа субсидирования, которая поддерживает знаковые инновационные туристические проекты; дважды в год присуждается премия за инновации в туризме. Действуют и другие инициативы, которые стимулируют инвестиции в туристический бизнес, например, действует он-лайн краудфандинговая платформа «we4tourism».

В *Италии* действует система налоговых льгот «Art Bonus Decree», которая была рефинансирована на сумму 460 млн евро до 2020 года с особым вниманием к проектам по реконструкции и модернизации туристических объектов.

В *Перу* программа Turismo Emprende (Предпринимательство в туризме) предоставляет гранты

для развития и расширения существующих туристических бизнес-компаний, а также для создания новых турпредприятий, деятельность которых основана на принципах бережного использования ресурсов, сохранения исторического и культурного наследия, а также устойчивого развития. «Единое окно туризма» - инициатива, которая использует современные технологии для рационализации административных процедур, связанных с инвестициями в туризме.

Стратегии по развитию туристической отрасли и практическая деятельность

Большинство стран имеет 5-летние или 10-летние стратегии развития, которые регулярно пересматриваются и корректируются. Среди вопросов, которым уделяется внимание в большинстве стран, можно перечислить следующие:

- поддержка здоровой конкуренции, при понимании важности устойчивого развития сектора;
- повышение качества инфраструктуры и предоставления услуг;
- укрепление позиций страны на международном уровне с продвижением уникальных туристических предложений;
- улучшение инвестиционного климата, развитие и поддержка инноваций;
- решение проблемы сезонности в туризме;
- расширение географии туристических направлений, развитие потенциальных направлений и регионов;
- решение проблем нехватки профессиональных кадров, профессиональное образование;
- выход на новые рынки и изучение покупательского спроса и поведения;
- решение проблем транспортной доступности и инфраструктуры;
- профессиональная работа по исследованию туристического сектора и всестороннему анализу современного состояния и перспектив.

Глобальные тенденции, которые будут формировать развитие отрасли туризма в ближайшей перспективе

Социальные:

- рост среднего класса в разных странах, особенно в странах с развивающейся экономикой;
- старение населения и, как следствие, рост процента более возрастных путешественников;
- поколение Миллениумов и Z - это будущие путешественники, важно учитывать особенности этих поколений: важность интернета, влияние социальных сетей, путешествия - одно из приоритетных ценностей;
- доступный туризм - для людей с разными физическими возможностями;
- группы путешественников, включающие представителей разных поколений;
- экономика совместного использования.

Технологические:

- продолжающийся стремительный рост технологий, автоматизация процессов, включая роботизацию некоторых профессий;
- виртуальная и дополненная реальность, искусственный интеллект, он-лайн платформы, поддерживающие экономику совместного использования;
- специализированные разные мобильные приложения для путешественников.

Экономические и экологические:

- туризм - одна из наиболее быстро растущих экономических отраслей;
- осознание негативных последствий от быстрого и бесконтрольного роста турпотока, переход к устойчивому туризму, включающий более щадящее и эффективное использование ресурсов, более эффективные управленческие модели;
- переход от "массового" туризма к более персонализированным моделям организации путешествий;
- устойчивое развитие территорий: туризм - не только бизнес, но инструмент повышения устойчивости территорий, повышению качества жизни местного населения через туризм, объединению местных сообществ, созданию рабочих мест - в целом повышение значимости социального компонента;
- изменение климата;
- снижение бюрократической нагрузки на предприятия малого бизнеса в туризме;
- новые подходы: от классической экономки к экономике замкнутого цикла и поиск сбалансированных управленческих решений, обеспечивающих устойчивое развитие территории;
- внимание к вопросам безопасности на популярных туристических территориях.

Данные глобальные тенденции развития отрасли потребуют новых стратегий, новых подходов, новых специалистов (например, по устойчивому развитию, IT в туризме и тп) - как на стратегическом управленческом уровне, так и "на местах", в частности, владеющих комплексными знаниями и способностью видеть глобальные перемены и перспективы.

На практике эти глобальные тенденции уже сегодня формируют новые вызовы внутри отрасли.

Так, например, он-лайн платформы, которые в настоящее время занимают лидирующие позиции на рынке информационных услуг по размещению туристов, а также дополнительных туруслуг, в целом приветствуются во многих странах, поскольку позволило людям начать свой малый бизнес и сократить недостаток объектов размещения. Однако стремительное масштабное развитие этого направления требует грамотного и аккуратного регулирования данного вида услуг, способствующего дальнейшему развитию, но при этом стимулирующего качество и безопасность как для местных жителей, так и для туристов. Если не видеть такую тенденцию, не вникать в ситуацию профессионально и не предпринимать меры для своевременной поддержки и регулирования ситуации - вполне вероятно получить негативный эффект.

Недостаток квалифицированных кадров в сфере туризма, в том числе в сфере гостеприимства, был определен как одна из основных проблем туристической отрасли во многих странах (Австралия, Австрия, Бразилия, Канада, Египет, Франция, Греция, Латвия, Мексика, Перу, Филиппины, Польша, Словакия, Словения, Швеция, Турция и Великобритания). И вопрос квалифицированных кадров без должного внимания к этой тенденции, будет только нарастать. Для решения проблемы сегодня ответственные за развитие сектора организации разрабатывают и реализуют программы и конкретные мероприятия, включающие в себя, например:

- * разработка современных обучающих программ, субсидируемых государством;
- * аналитические исследования туристического рынка с целью выявления основных направлений развития и заблаговременная подготовка кадров, например, IT-специалистов, специалистов по устойчивому туризму и тп;
- * стимулирование работодателей к обучению персонала;
- * пересмотр и усовершенствование структуры туристических квалификаций, сертификации и системы аккредитации профессиональных кадров;
- * повышение интереса к карьере в туристической отрасли через систему профориентации, разработку специализированных образовательных программ;
- * сотрудничество с высшими и средними специальными учебными заведениями по

программам подготовки кадров и ряд других мероприятий и проектов.

Ряд заключительных комментариев - общие тенденции современной политики в туризме в Европейских странах

Поскольку в основе туристической привлекательности территории лежит культурное наследие и природа, то сохранение и поддержка того и другого ресурса - чрезвычайно важная задача политики в сфере туризма.

Как показывает опыт многих стран, внутренний туризм зачастую приносит больший вклад в экономику, чем туризм въездной или выездной. Помимо этого, внутренний туризм при наличии качественной инфраструктуры позволяет снизить экологическую нагрузку на наиболее популярные туристические территории других стран, диверсифицировать сектор, расширить географию и поспособствовать развитию территорий, в том числе снижая зависимость от международных рынков, тем самым становясь частью политики социального туризма. Среди стран, активно развивающих внутренний туризм, можно назвать Чили, Германию, Италию, Корею, Францию, Мексику, Польшу, Словакию, ЮАР, Турцию, Великобританию, США и ряд других.

Так, например, туризм на территориях ООПТ - одно из приоритетных направлений, которое активно развивают многие страны. При этом важно развитие качественной инфраструктуры для экотуризма: тропы для прогулок разной протяженности и для туристов с разным уровнем физической подготовки, велосипедные тропы, сети вело- и пешеходных троп - популярны среди туристов и служат базовым элементом, вокруг которого выстраиваются прочие элементы инфраструктуры для наполненного активного отдыха, именно он популяризируется в большинстве стран. В частности, природный или экотуризм успешно зарекомендовал себя еще и в качестве инструмента устойчивого развития в сельских районах, в связи с чем ему уделяется значительное внимание и поддержка стратегически.

Также весьма активно страны Европы развивают сельский туризм, который позволяет расширить туристическую географию внутри стран, дать возможность туристам получить уникальный опыт, а также служит инструментом устойчивого развития территорий. В настоящее время сельский туризм развивается в большинстве стран мира, чему способствуют и современные запросы туристов.

Альтернативные необычные маршруты, тематические туры, основанные на культурно-исторических и природно-ландшафтных особенностях конкретных территорий, ранее не считавшихся популярными, способствуют появлению новых уникальных туристических предложений, увеличению туристического сезона, дают шанс для устойчивого развития таких территорий.

Событийный туризм, включающий все виды и масштабы мероприятий - крупные и локальные гастрономические, музыкальные, фольклорные, ремесленные фестивали, спортивные мероприятия, экологические акции, бизнес-форумы - еще один вид туризма, продолжающих оставаться популярным.

Устойчивый туризм - одна из самых важных глобальных тенденций

Большинство стран осознают необходимость перехода к устойчивому туризму, для чего проводят ряд мероприятий, например:

- * повышение осведомленности об устойчивости в целом в туристической отрасли среди профессиональных сообществ;

- * максимальная популяризация экологического устойчивого туризма;

- * схемы сертификации и поддержки компаний, внедряющих новые подходы к работе с особым вниманием к устойчивости и экологичности;

* развитие внутреннего рынка туризма и продвижение путешествий на близкие расстояния;

* использование финансовых инструментов для поддержки "зеленой энергетики" - максимально бережные формы использования природных ресурсов местности.

Устойчивость в данном случае понимается широко - это и устойчивое использование имеющихся ресурсов, особенно природно-ландшафтных, а также устойчивое развитие территорий, подразумевающее способность территории существовать максимально самостоятельно.

Цели устойчивого развития, непосредственно связанные с туризмом:

Цель 8: Содействовать устойчивому, комплексному и стабильному экономическому росту, полная и эффективная политика занятости, достойная работа.

Задача 8.9. К 2030 году разработать и внедрить политику по содействию устойчивому туризму, который создает рабочие места и поддерживает местную культуру и производство.

Цель 12: Обеспечить устойчивые модели потребления и производства.

Задача 12b: разработать и внедрить инструменты для мониторинга воздействия практик устойчивого туризма, который создает рабочие места и поддерживает местную культуру и производство.

Цель 14: Сохранение и устойчивое использование океанов, морей и морских ресурсов для устойчивого развития.

Задача 14.7. К 2030 году обеспечить рост экономики для малых островных развивающихся государств и наименее развитых стран от эффективного использования морских ресурсов, в том числе в сфере рыболовства, аквакультуры и туризма.

Выбор стран и ограничения для проведения аналитического обзора

В рамках данного обзора были рассмотрены и проанализированы стратегии и политика в области развития сельского туризма в следующих странах:

Испания
Финляндия
Австрия
Германия
Великобритания
Польша
Белоруссия

Страны были выбраны так, чтобы присутствовали примеры из стран как Западной, так и Восточной Европы, были различия по климату, ландшафту, "менталитету", истории развития сельского туризма, наличию или отсутствию специфической политики в сфере сельского туризма. Это позволит выявить некоторые особенности и тенденции развития сельского туризма, которые остаются неизменными в любых условиях и, скорее всего, будут также актуальны для российской действительности.

Безусловно, выбор был ограничен наличием необходимой информации и документов в открытом доступе, а также наличие информации на доступном автору обзора языке. Третий ограничивающий фактор - это временные рамки, поскольку детальное изучение каждой отдельной страны требует серьезных временных ресурсов; однако проект, в рамках которого проводился данный обзор, имеет жесткие временные границы.

Обобщенная справка о политике в сфере сельского туризма стран Европы

По словам генерального секретаря Европейской федерации по сельскому туризму EuroGites Клауса Эрлиха (Klaus Ehrlich):

в целом, в странах Европы существует два подхода к политике в сфере сельского туризма:

1) специфические указы и положения для «сельского туризма» есть (иногда - только для фермерского или агротуризма, которые представляют примерно 20% "отрасли" сельского туризма) отдельно от общего законодательства в сфере туризма. Например, такой подход распространен на юге Европы, например, в Испании (17 различных документов), Италии (для агротуризма), Греции (приняты недавно);

2) в большинстве стран ЕС нет специфической правовой базы по сельскому туризму. «Сельский» туризм - это термин, который используется, скорее, в целях рекламы и продвижения, но с юридической стороны предприниматели в сфере сельского туризма работают так же, как и все остальные предприятия в туристическом бизнес секторе. Такой подход использует Великобритания, Скандинавия, Германия, Австрия и т. д. Однако в этих странах могут работать некоторые специально разработанные дополнительные критерии для услуг, которые можно условно назвать "услугами в сфере сельского туризма", но чаще всего эти критерии касаются вопросов продвижения и рекламы.

Возможная поддержка может осуществляться через различные отделы и министерства в зависимости от особенностей каждой отдельно взятой страны и может включать в себя продвижение туробъектов сектора, иногда с небольшими финансовыми ресурсами для поддержки проектов на сельских территориях. Чаще всего финансовые средства будут выделяться по линии министерств, ответственных за развитие сельских территорий. Как правило, в ЕС это министерства сельского хозяйства, ответственные за Фонды развития

сельских территорий (EARDF). Помимо этого, могут быть вовлечены министерства, курирующие вопросы труда и профессионального образования, культуры (наследия), окружающей среды (природные, национальные парки и тд), экономического развития в целом.

Общая оценка эффективности сельского туризма положительная: признается, что туризм на сельских территориях имеет относительно высокий положительный экономический эффект, однако детальная отдельная статистика по сельскому туризму не всегда представлена в силу разных обстоятельств, в частности и тем фактом, что сельский туризм включает в себя сотни дополнительных услуг и видов бизнеса, которые по некоторым оценкам можно считать "косвенно" относящимися к туризму.

В Европейском пространстве нет единого определения термина "сельский туризм" в силу того, что политический, экономический, социальный, культурно-исторический контексты сильно разнятся, зачастую даже в границах одной страны, также нет и общепринятого понятия "сельской территории". Тем не менее есть общее понятие того, что "сельский туризм" - это туризм на сельской территории (плюс некоторые конкретизирующие нюансы, различные в разных странах), а также некоторые параметры, собственно определяющие "сельскую территорию". Где-то это определяется в количественном выражении (например, в зависимости от численности населения муниципалитета), либо в качественном (особенности конкретного пространства). Например, в некоторых странах, таких как Люксембург, большинство территорий "сельские", кроме столицы; в Великобритании сельская местность связана с ландшафтом и количеством жителей; в Италии сельский термин связан с занятием населения сельским хозяйством, и так далее. В приложении к данному документу - перевод основных характеристик "сельского туризма", профессора Бернарда Лэйна - одного из ведущих в мире исследователей сектора, помогающий сформировать общее представление о данном виде туризма, что несомненно полезно для законодательных инициатив и практической работы (ПРИЛОЖЕНИЕ 1).

Приложение 1

Сельский туризм в "чистом виде" имеет ряд характеристик:

- 1) происходит на сельской территории
- 2) сельский по ряду характеристик - предприятия малого масштаба, открытые пространства, взаимодействие с природой и природными объектами, наследие, "традиционные" общества и "традиционность" в повседневной жизни
- 3) сельский по масштабам - это касается архитектуры и поселений, обычно малого размера
- 4) традиционный по характеру: семейственность, размеренность, органичность. Часто значительная степень контроля на местном уровне, нацеленность на позитивное воздействие на местность в долгосрочной перспективе
- 5) разнообразный по характеру, некий комплекс, включающий сельскую окружающую среду, экономику, историю и расположение.

| Городской/курортный | Сельский |
|--|---|
| мало открытых пространств | много открытых пространств |
| поселения с населением более 10 000 человек | население менее 10 000 человек |
| высокая плотность заселения | низкая плотность населения |
| рукотворная окружающая среда | естественная окружающая среда |
| интенсивная инфраструктура | слабая инфраструктура |
| разнообразие культурных/общественных мероприятий / торговые центры | досуговая жизнь организуется индивидуально |
| крупные организации/компании/предприятия | малые организации/предприятия |
| национальные/международные компании | местный бизнес |
| много специалистов, занятых в туризме полный рабочий день | многие заняты в туризме частично |
| отсутствие ферм/лесных хозяйств | есть фермы/лесные хозяйства |
| туризм самодостаточен | туризм как побочный вид деятельности |
| работники могут жить далеко от места работы | работники часто живут очень близко к месту работы |
| фактор сезонности мало выражен | сезонность влияет в большой степени |
| много гостей | мало гостей |
| отношения гостей анонимны | отношения гостей персонализированы |
| профессиональный менеджмент | менеджмент на непрофессиональном уровне |
| космополитичная атмосфера | атмосфера местного уровня |
| много современных зданий | много старых зданий |
| нацеленность на рост размеров/развитие | нацеленность на сохранение/малые масштабы |
| массовость / обобщение | индивидуальный подход / персонификация |
| широкомасштабный маркетинг | нишевый маркетинг |

Источник: Lane, B. (1994). What is Rural Tourism? в Journal of Sustainable Tourism, vol.2(1&2), 7-20.

Практические примеры

Сельский туризм в Испании

Законодательство и общие положения

Сельский туризм присутствует в законодательстве, региональные правительства имеют соответствующие нормативные акты, регулирующие отрасль, также разработана категоризация сельских гостевых домов разных типов (гостевой дом, хостел в сельской местности, гостиница в сельской местности и так далее). В качестве оценки уровня услуг в Испании с 2011 года используются "Колоски" (от 1 до 5). Подробное описание каждого уровня дано на сайте ASETUR - Испанской Ассоциации по сельскому туризму <http://www.ecoturismorural.com/index.php?accion=clasificaciones>

Региональное законодательство о сельском туризме в большей или меньшей степени детализирует понятие "сельской территории". Такое законодательство появилось относительно недавно (первое - в Каталонии в 1983 году, последнее - в Мадриде и некоторых приморских регионах в середине 2000-х годов).

В целом сельский туризм в Испании понимается, как деятельность, подразумевающая сотрудничество органов власти, бизнес индустрии, местных жителей и туристов, позволяющая туристам путешествовать в районы страны с сохранившейся "аутентичностью" с целью общения с природой, знакомства с культурой и традициями, при этом такие путешествия должны совершаться без ущерба для местных ресурсов и способствовать устойчивому развитию территории; подразумевают активное вовлечение местных жителей, поддерживают традиционные виды деятельности, традиционную кухню, маломасштабные (как по размеру групп путешественников, так и принимающая сторона - как правило, семейные предприятия), с индивидуальным подходом.

Требования и нормативы

В Испании есть определенные требования, которым должны соответствовать здания, архитектура должна соответствовать определенным стандартам, принятым в каждом регионе, зачастую гостевой дом, чтобы попасть под законодательство, должен быть построен не позднее определенного года. Максимальное количество мест варьируется в зависимости от категории средства размещения и конкретного региона и различается значительно (от 6 мест до 100 в некоторых сельских отелях). В разных регионах регулируется также продолжительность работы гостевого дома, в некоторых случаях есть обязательные периоды, когда дом должен быть открыт, а также установлены максимальные периоды пребывания туристов в доме (от "максимум 1 месяц" (Мадрид) до "максимум 90 дней" (Леон, Арагон, Кастилия).

В Испании большое количество разных ассоциаций сельского туризма, в 2012 году, например, считалось в среднем одна ассоциация на 37 домов (примеры: ASETUR - *Asociación Española de Turismo Rural* / Испанская ассоциация по сельскому туризму, ACALTUR - *Federación de Alojamientos de Turismo Rural de Castilla y León* / Федерация владельцев объектов размещения в сельском туризме Кастилии и Леона, AUTURAL - *la Asociación de Profesionales de Turismo Rural* / Ассоциация профессионалов в сельском туризме, TURALCAT - *Confederació del Turisme Rural i l'Agroturisme de Catalunya* / Федерация сельского и агротуризма Каталонии и многие другие. Также существовала своя система классификации средств размещения в сельской местности (колосья, оливки, звезды, дубы, дубовые листья, ключи...). Ассоциации были весьма разрозненны между собой и некоторые - в сложных отношениях с правительством. В связи с чем идея единой классификации средств размещения в сельской местности, которая активно обсуждалась и была предложена одной из ассоциаций, не была реализована.

Дополнительные услуги

Основные виды дополнительных услуг, предлагаемые в рамках сельского туризма в Испании: знакомство с сельским хозяйством: туристам предлагается кормить животных, доить

коров, собирать куриные яйца, стричь овец, побыть пастухом, ухаживать за лошадьми, кататься на лошадях и осликах; ухаживать за огородом: поливать растения, собирать овощи, помогать обрабатывать землю, узнать о выращивании фруктов и т. д.; виноделие и изготовление сидра; отдых в лесу или на море: собрать дикие грибы и ягоды, побыть один день моряком; местная кухня: научиться готовить джемы, мармелад, йогурт, сыр, мед; вещи своими руками: натуральные украшения и ароматические масла, изделия из керамики и другие традиционные рукоделия; оригинальные праздники: многие из них связаны с земледелием, например, урожай вина в Ла-Риохе или ярмарка пастухов в озерах Ковадонга, традиционная коррида в Алмерии.

Источники и ссылки:

<http://www.ecoturismorural.com/index.php?accion=clasificaciones> - описание классификации объектов размещения (колосья)

<http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-183-2010-pag25-41.pdf> - обобщающая статья по сельскому туризму - определения, обзор законодательства (2010 год)

<https://www.elmundo.es/elmundo/2012/05/11/castillayleon/1336746764.html>

<https://www.escapadarural.com/blog/proprietarios/la-categorizacion-en-turismo-rural/>

<https://ecocolmena.com/legislacion-sobre-instalaciones-de-turismo-rural/> - ссылки на сайты региональных органов власти с нормативными документами в сфере сельского туризма

Сельский туризм в Финляндии

Эта глава обзора составлена на основе национального проекта Финляндии, который детально проанализирован и может послужить отличной информационной базой и примером "успешной практики".

Национальный проект по развитию сельского туризма

Необходимость национального проекта по развитию и координации сельского туризма обсуждалась в Финляндии в начале 2000 годов участниками специально сформированной рабочей группы по сельскому туризму в рамках политики в области сельского хозяйства. К тому моменту в стране уже были реализованы проекты по развитию сельского туризма на уровне отдельных регионов. В итоге было принято решение о реализации национального проекта по развитию сельского туризма в период 2007-2013 годов.

Основная цель проекта состояла в том, чтобы опробовать новые инструменты и стратегии для поддержки туристической индустрии в сельской местности, что, как показывал опыт других стран и собственный опыт Финляндии, способствует экономическому развитию деревень. Задачи проекта включали в себя: налаживание и поддержание связей между сельскими предпринимателями и жителями; расширение сотрудничества и взаимного обучения между деревнями; разработка критериев качества услуг в сельском туризме; создание благоприятных возможностей для предпринимательства на сельских территориях; рост внутреннего и въездного туризма. Проект был разработан и реализован Финской национальной ассоциацией по сельскому туризму, которая существует с 1995 года и включает в себя более 180 предпринимателей. Также в реализации участвовали партнерские НКО и профессиональные ассоциации, например, Автомобильно-туристический клуб, Союз производителей сельскохозяйственной продукции и другие.

Прежде всего в рамках проекта был проведен предварительный анализ состояния сельского туризма, оценены потребности сельских территорий, определены турпродукты с потенциалом развития. Результаты предварительного анализа были использованы в разработке плана проекта.

Одним из самых рискованных моментов в проекте была возможная неготовность и неспособность деревень участвовать в проекте. Однако разъяснительная работа и определение четких критериев отбора для участия в проекте помогли решить эту сложность. Среди важных

критериев для успешного отбора в проект было наличие предпринимательского сообщества, уже действующих туристических бизнесов, наличие ресурсов для развития туризма, а также взаимодействие участников туристического рынка села между собой.

Среднесрочная оценка проекта была проведена внешним оценщиком.

Проект начался в 2008 году с конкурса на участие. Деревни должны были написать заявку, в которой демонстрировали свое желание участвовать, а также соответствие вышеуказанным критериям отбора. Отборочная комиссия, состоящая из экспертов по развитию сельских районов и исполнительного директора Ассоциации по сельскому туризму, выбрала 12 пилотных деревень из 48 заявок. На более позднем этапе в проект были включены еще четыре деревни.

Проект предполагал работу по трем направлениям:

- 1) ноу-хау для развития сельского туризма;
- 2) разработка туристических продуктов и определение стратегий маркетинга;
- 3) построение профессионального сообщества и налаживание взаимодействия.

В рамках первого направления были проведены семинары и лекции по разработке турпродуктов, освещены практические аспекты работы турбизнеса (НДС, правовые аспекты, ценообразование, расчет затрат и так далее) для всех участвующих деревень. Помимо этого образовательные семинары включали исследование и знакомство с сельским туризмом в Италии, Ирландии и Австрии; обзор финского сельского туризма; выявление интересов и ожиданий туроператоров от объектов сельского туризма. Была организована учебная поездка в Ирландию; а также проводился ежегодный итоговый общий семинар.

Второе направление работы включало в себя посещение деревень и тестирование турпродуктов (походы, мероприятия, тропы, экскурсии и тп) другими участвующими деревнями, а также разработку, поддержку и обновление веб-сайта проекта.

В рамках третьего направления работы была разработана система мониторинга проекта и обратной связи; внутренние и внешние способы коммуникации.

В ходе реализации проекта стало понятно, что некоторые вопросы требуют большего внимания, чем предполагалось изначально. Например, выяснилось, что со временем жители деревень-участниц проекта теряют интерес и мотивацию и над этой эмоциональной составляющей необходимо работать отдельно, чтобы поддерживать на должном уровне. Второй пример: пришлось отказаться от стандартизированной формы обратной связи от получателей услуг сельского туризма, так как через два года участники проекта потеряли интерес к этому и не собирали обратную связь должным образом.

В результате проекта коммуникация участников сельского туризма в разных деревнях стала лучше и стабильнее, люди стали обмениваться опытом и учиться друг у друга. Координационный проект позволил подготовить и реализовать планы мероприятий по развитию туризма в участвующих деревнях в согласии с местными ресурсами; были выявлены и подробно описаны лучшие практики, которые способствовали развитию потенциала в участвующих деревнях; вырос профессиональный уровень предпринимателей в сфере туризма; сельские жители активнее стали заниматься бизнесом в туризме и в целом включались в деятельность по развитию села, в том числе активнее стали жители пенсионного возраста и НКО (последние два факта стали неожиданным положительным результатом).

Факторы успеха:

Отсутствие требования по софинансированию проекта, а также престижность конкурса и желание деревень попасть в проект сыграли положительно и способствовали более активному участию жителей. Знания и специфический опыт организаторов проекта также являются положительным фактором успеха проекта.

Что могло быть сделано лучше:

Интеграция и координация между национальным проектом и более мелкими проектами на

местах сделали бы проект более успешным. Более того, не все села обратились за другими финансовыми источниками (например, в фонды развития сельских территорий (EAFRD) и грантодающие организации) для реализации местных проектов, и в результате они не смогли в полной мере использовать потенциал, предлагаемый национальным проектом, местных ассоциаций и предпринимателей. В некоторых деревнях сохранение интереса людей со временем оказалось проблемой - пришлось приложить больше усилий, чем ожидалось, для поддержания энтузиазма деревень.

Некоторые выводы:

В целом, деревни нуждаются в большой поддержке на этапе разработки продукта, а также в скоординированном маркетинге. Эти факторы следует учитывать при планировании подобных проектов.

Проект показал, что развитие сельского туризма является долгосрочным процессом, который требует больших усилий, навыков и сотрудничества с образовательными учреждениями. Обучение местных жителей - процесс сложный, требующий особых программ и подхода.

Работа по развитию сельского туризма требует долгосрочного видения и большего времени, так в 2012-2014 годах был реализован второй национальный проект «Развитие сельского туризма II» (2012–2014 годы). И целенаправленные проекты продолжают. Новые проекты более тесно связаны с региональными и местными планами развития.

Проект помог деревням определить уникальные ресурсы (природа, культура, спорт, кулинарные традиции, история и тд) и научиться их использовать для построения турпродуктов.

Советы и уроки на будущее:

Сотрудничество с местными участниками рынка помогает разработать и реализовать стратегию, более четко ориентированную на потребности и потенциал деревни или сообщества деревень. Разработка конкретных туристических продуктов вокруг общей темы окупается в долгосрочной перспективе.

Для реализации таких проектов лучше подключать менеджеров, которые смогут заниматься проектом полный рабочий день и будут координировать деятельность в деревнях, а также информировать, заинтересовывать и вдохновлять людей. Если работа по проекту совмещается с другой деятельностью, велика вероятность перегрузки и выгорания.

Не существует единой модели развития сельского туризма: каждая деревня должна со временем найти свой собственный метод работы, свою тему и "изюминку", определить и разработать свои уникальные турпродукты и предложения.

Время, настойчивость и готовность к сотрудничеству необходимы для хорошего результата.

Источники и ссылки:

<https://www.visitfinland.com/article/step-into-finnish-countryside-2/> - Продвижение туризма в сельских районах Финляндии

<https://www.smmu.fi> - Финская ассоциация сельского туризма

Сельский туризм в Австрии

Австрия - одна из стран-лидеров в сельском туризме. В большой степени регулирование отрасли осуществляется на региональном уровне, хотя также действуют и федеральные, и европейские нормативы и законодательство. На национальном уровне с января 2018 года за политику в области туризма отвечает Федеральное министерство по устойчивому развитию и туризму. Новая правительственная программа, в частности, фокусируется на улучшении

базовых основ функционирования отрасли и деловой среды. В том числе это выражается в снижении финансовой и административной нагрузки, особенно для малого и среднего бизнеса, в том числе на сельских территориях, подготовки профессиональных кадров в сфере туризма и разработки общей национальной стратегии туризма. Стратегические задачи включают такие вопросы, как: укрепление национального бренда и скоординированный маркетинг, интернационализация рынков, финансовая поддержка предприятий малого и среднего бизнеса, развитие современных технологий, инноваций и круглогодичный туризм, а также устойчивое развитие. Особый акцент делается на укрепление взаимодействия между национальным и региональным уровнями в туротрасли.

Австрийский банк развития туризма занимается программами финансирования малого и среднего бизнеса в туризме, предоставляя выгодные кредиты проектам, нацеленным на повышение качества, внедрение инноваций и бизнес стартапы. Например, Минтуризма и ЕС совместно выделяют миллион евро на субсидию "Миллион на Инновации", которая поддерживает инновационные яркие туристические проекты, реализуемые в заинтересованными организациями на местах в партнерстве друг с другом. В 2016 и 2017 году минтуризма Австрии поощряло инвестиции в туристический бизнес, в том числе в сельских районах; учреждена награда Österreichischer Innovationspreis Tourismus / Австрийская премия за инновации в туризме, которая присуждается за инновационные методы работы в туризме с акцентом на устойчивый туризм, например, за инновации в теме "туризм и водные ресурсы", "туризм и мобильность" и так далее.

Проект "Отдых на ферме" / "Urlaub am Bauernhof"

Уже многие годы фермерство в чистом виде практически не может быть прибыльным занятием, поэтому так или иначе фермеры вынуждены диверсифицировать бизнес; в том числе, занимаясь туризмом.

Так, в 1991 году в Австрии стартовал проект "Отдых на ферме" / "Urlaub am Bauernhof", который объединил разные региональные активные группы фермеров под одно начало, создав в итоге Ассоциацию агротуризма - организацию, ставшую влиятельной и профессиональной в стране. Ассоциация работает при поддержке (в том числе финансовой) и в сотрудничестве с профильными органами власти всех уровней. За годы существования проект внес существенный вклад в улучшение положения фермерских хозяйств и туризма, так среди положительных результатов можно отметить следующие:

- профессиональное продвижение отдыха на фермах как на внутреннем, так и на международном рынках через сайт и социальные сети, а также на туристических выставках
- профессиональная помощь и консультирование членов Ассоциации,
- регулярный мониторинг ситуации и профессиональные исследования в отрасли и ежеквартальные информационные рассылки со статистическими данными,
- спонсорство некоторых мероприятий и профессиональный маркетинг,
- взаимодействие со СМИ,
- сотрудничество с образовательными учреждениями,
- лоббирование интересов в правительстве,
- методические материалы и пособия (по практическим вопросам ведения бизнеса, юридическим вопросам, проведению мероприятий и тд).

Ассоциация успешно существует уже много лет, в том числе благодаря специализированной финансовой поддержке, которая "окупается" появлением новых рабочих мест в сельских территориях, прибыльных проектов на фермах. Так, согласно неофициальной информации 2016 года, участники Ассоциации предоставляют 36000 спальных мест в сельской местности, что дает 1/7 часть спальных мест в стране, принимают около 2 миллионов посетителей ежегодно с большим процентом повторных визитов. Общий доход ассоциации составляет около 1,25 млн. евро, из которых 842 000 евро тратятся на маркетинг и продвижение. Валовой доход фермерских хозяйств от проекта составляет от 1 до 1,2 миллиарда. Ассоциация регулярно публикует отчеты об эффективности со статистическими

данными. Так, например, один из показателей: за 20 лет количество спальных мест увеличилось на 20%, цены выросли примерно на 120%, что вдвое превышает уровень инфляции за это время.

Ассоциация уделяет время обучению персонала, разработке турпродуктов, работе по улучшению качества услуг в отрасли и разрабатывает стратегические предложения по улучшению бизнес среды.

Практический пример:

Один из успешных примеров - из тирольского городка Ишгль, который хорошо известен горнолыжникам. Развитие горнолыжного курорта стало мощным стимулом и поддержкой для местного сельского хозяйства. Во-первых, фермеры (их в окрестностях городка около 60) принимают у себя в гостевых домах туристов, во-вторых, летом прямо на месте горнолыжных склонов расположены пастбища, которые благодаря развитию курорта стали больше по размеру и хорошо культивируются, позволяя фермерам производить больше продукции. «Если все идет хорошо в туризме, это помогает сельскому хозяйству. Получая дополнительный доход зимой, мы можем позволить себе новые машины для фермы», - сказал заместитель председателя фермерской палаты Эмиль Зангерл.

Таким образом, в Австрии сельский туризм признается одним из эффективных инструментов развития сельских территорий, а в свою очередь поддержка и развитие сельских районов является центральной задачей сельскохозяйственной политики Австрии, в рамках этой задачи поддерживается современное, эффективно и устойчиво функционирующее сельское хозяйство, а также региональная экономика и местные сообщества. Основным документом, регулирующим данную сферу, - Австрийская программа развития сельских районов на 2014–2020 годы, финальный вариант которой одобрен Европейской комиссией 28 февраля 2019 года.

Источники и ссылки:

https://www.bmnt.gv.at/land/laendl_entwicklung/leprogramm.html - Программа развития сельских районов

<https://www.tourism-review.com/travel-tourism-magazine-rural-tourism-austrian-project-succeeding-article2509-> О проекте "Отдых на ферме"

<https://www.farmholidays.com> - сайт проекта "Отдых на ферме"

Сельский туризм в Германии

В 2017 году в Германии был проведен детальный трехсторонний анализ сектора сельского туризма, с фокусом на "предложение", "спрос" и "финансирование" в отрасли. Информация представлена в аналитическом исследовании "Актуальная ситуация и потенциал рынка в агротуризме", выполненном по заказу Федерального министерства продовольствия и сельского хозяйства (BMEL). В данной главе используется информация из этого исследования, а также из других документов, в том числе Министерства экономики и энергетики.

Основные этапы и тенденции агротуризма в Германии

В самой Германии нет точного общенационального определения сельских районов. Согласно немецкой классификации сельских округов, сельские территории составляют 59%, там проживает 27% населения и производится 21% ВВП.

Также нет четкого определения термина «сельский туризм». Во многих случаях это название выражает только то, что туризм происходит в сельской местности. В немецком языке существуют различные синонимы, такие как: отдых на природе, сельский туризм, агротуризм. Сельскохозяйственный или фермерский туризм - как часть сельского туризма - часто напрямую связан с сельским хозяйством.

Основной расцвет агротуризма в Германии пришелся на десятилетие после воссоединения, в последние годы новых объектов размещения практически не появляется, скорее наоборот; только черверть поставщиков услуг показали рост, при этом рост касается как правило новых видов услуг, мероприятий, но не количества спальных мест. При этом наблюдается четкая тенденция роста качества. Аналитики называют этот этап, следующий за этапом активного роста, "пост-рост".

Агротуризм в Германии, как и в большинстве стран Европы, - это не только и не столько туризм, сколько инструмент развития сельских территорий, повышающий качество жизни сельчан, создающий рабочие места, позволяющий территории получать прибыль, способствующий развитию инфраструктуры и препятствующий оттоку населения. Также развитие агротуризма должно способствовать развитию многофункционального сельского хозяйства.

Управление отраслью

В рамках федерального правительства ответственность за политику в области туризма лежит на Федеральном министерстве экономики и энергетики (BMWi), а в отдельных землях обычно это министерства экономики.

Сельскохозяйственный туризм часто является обязанностью министерства продовольствия и сельского хозяйства. Другие министерства, такие как министерство окружающей среды, строительства и инфраструктуры и другие могут быть вовлечены в решение конкретных задачи.

Консультативный совет по вопросам туризма при BMWi поддерживает тесное сотрудничество между федеральным правительством и индустрией туризма. Консультативный совет объединяет интересы политики, бизнеса, науки, профсоюзов, муниципальных комитетов и ассоциаций. Помимо представителей этого, в состав Консультативного совета, который собирается два раза в год, входят председатель комитета по туризму и представители парламентской группы национального правительства по политике в области туризма. Уполномоченный совет Федерального правительства по делам малых и средних предприятий и туризма возглавляет Федеральный министр экономики и технологий.

Стандарты и сертификаты. Профессиональные организации

Есть три вида национальных сертификатов, определяющие качество услуг по проживанию, продуктам и услугам, в том числе в сельском туризме. Один из основных - сертификат DTV - Немецкой туристической ассоциации.

Ассоциация была основана в 1902 году, является единственной организацией с федеральной структурой, состоящей из местных и региональных туристических организаций. Ассоциация представляет интересы туристической индустрии, способствует расширению и поддержанию туристической инфраструктуры и предлагает своим членам широкий спектр консультаций и услуг, в том числе по юридическим вопросам, поддерживает инновации, занимается маркетингом.

С 1973 года деятельность DTV находится в ведении дочерней компании: главная задача DTV Service GmbH - классифицировать дома отдыха, квартиры и частные комнаты. Она также вручает «i-Marke», общегерманский сертификат качества для туристических информационных офисов. Внутренняя система управления качеством "Service Qualität Deutschland" позволяет внедрять индивидуально разработанные стандарты обслуживания и стимулирует инновации и качество в обслуживании.

Немецкий национальный совет по туризму (DZT - *Die Deutsche Zentrale für Tourismus*) является маркетинговой организацией. Он был основан в 1948 году Немецкой туристической ассоциацией и поддерживается Федеральным министерством по экономике и энергетике, а также за счет собственных доходов.

Говоря о сельском туризме, следует упомянуть еще одну организацию: федеральное профессиональное сообщество по фермерским праздникам и сельскому туризму в Германии,

которое несет ответственность за меры по обеспечению качества, маркетингу и обучению, а также за поддержание интереса к сельскому туризму. С 1 января 2007 года Федеральное сообщество и связанные с ним региональные рабочие группы также отвечают за оценку качества и классификацию в области «фермерских и сельских праздников» и присуждают общенациональную награду за качество квартир, домов для отдыха и частных комнат в сельской местности (BAG).

DLG - еще один сертификат качества "Загородный отдых".

Около 53% поставщиков услуг в агротуризме имеют по крайней мере один из трех общенациональных сертификатов DTV, BAG или DLG. Есть также ряд сертификатов и стандартов, принятые на конкретной территории.

Финансирование / Отдельные программы финансирования

Политика туризма Германии идет во взаимодействии с общей политикой по туризму в ЕС. Для развития сельских районов в целом и сельского туризма в частности существуют различные программы ЕС и федеральные программы. Ниже приведены некоторые основные элементы:

1. В рамках «Совместной программы по улучшению структуры сельского хозяйства и защите прибрежных районов» (GAK) федеральное правительство и земли поддерживают фермеров в мерах по диверсификации доходов в области агротуризма / отдыха на фермах. Например, поощряется строительство, приобретение или модернизация комнат отдыха, квартир или домов, а также инвестиции в социальные, бытовые и коммунальные услуги.

2. Развитие сельского туризма поддерживается через финансирование небольших проектов по созданию инфраструктуры (установка туристических указателей, оорудование маршрутов), развитие маркетинговых услуг, связанных с сельским туризмом в соответствии с постановлением ЕС № 1698/2005 от 20 сентября 2005 года.

3. Цель региональной политики в Германии состоит в том, чтобы позволить структурно слабым регионам догнать общее экономическое развитие, компенсируя их локальные недостатки и сократить региональные различия в развитии, поэтому региональная политика также имеет решающее значение для развития туризма. Центральным инструментом региональной политики является совместная программа центрального правительства и земель «Совершенствование региональной экономической структуры».

4. Существуют также налоговые льготы для размещения туристов в сельской местности. В туризме снижена ставка НДС на организацию проживания и аренду мест под кеминги с 19% до 7%.

В Германии есть "частная" (до 10 спальных мест) и "коммерческая" (более 10 спальных мест) сдача жилья в аренду, в том числе применимая к аренде жилья в агротуризме. К данным категориям применяются разные нормативные и налоговые правила. НДС не уплачивается, если сумма совмещенного дохода физлица меньше 17500 евро.

5. В рамках структурной программы «JOBSTARTER» Федеральное министерство образования и научных исследований (BMBF) обеспечивает поддержку в подготовке новых квалифицированных работников, в том числе для индустрии туризма.

6. В ходе демографических изменений пожилые люди становятся все более важной целевой группой, в том числе для сельского туризма. Поэтому BMBF поддерживает разработку концепций туризма для пожилых людей и людей с особыми нарушениями в рамках совместного проекта «Доступный туризм - ДОСТУП» (например, в случае безбарьерного планирования маршрута).

7. Федеральная программа развития сельских районов - направлена на апробацию и поддержку инновационных стратегий развития сельских территорий. Национальная программа включает в себя четыре модуля:

Модуль 1 - Модельные и демонстрационные проекты в пилотных районах

Заинтересованные стороны предлагают инновационные решения и новые подходы, готовые проекты в сфере социального и культурного развития, поддержки малого и среднего

бизнеса. Опыт, накопленный в течение проектного периода, оценивается учеными для выработки универсально обоснованных выводов и рекомендаций по будущей разработке политики развития сельских районов.

Модуль 2 - Модельный проект "Сельский импульс" - направлен на структурно неблагополучные сельские районы. Он обращается к предпринимателям на местах, которые сами обсуждают инновационные идеи и их реализацию в регионе на основе регионального бюджета. 39 сельских районов были определены для пилотной работы и проанализированы Институтом Иоганна Генриха фон Тюнена.

Модуль 3 - Конкурсы "Надежная деревня" и "У нашей деревни есть будущее"

Модуль 4 - Исследования и популяризация знаний - поддержка исследовательской работы по развитию сельских территория и просветительская, консультационная работа с жителями.

8. Региональные программы поддержки, например:

Бавария: «Баварская программа развития сельского хозяйства и сельских районов на 2007–2013 годы» с акцентом на поддержку диверсификации и создание микропредприятий, в том числе проекты в разделе «Фермерские каникулы».

Тюрингия - продвижение агротуризма идет по направлениям: «Агротуризм - Фермерские каникулы» плюс поддержка диверсификации.

Рейнланд-Пфальц - программа развития «Сельское хозяйство, меры по охране окружающей среды, землеустройство» предоставила широкий спектр поддержки сельского туризма в течение всего периода финансирования, в дополнение к мерам диверсификации .

Бранденбург - агротуризм здесь понимается более широко, чем «отпуск на ферме» в силу особенностей инфраструктуры и классифицируется как сельский туризм и природный туризм.

Типовой представитель сектора и целевая аудитория

В Германии основные участники отрасли сельского и агротуризма - это производители сельскохозяйственной продукции, сельский туризм здесь чаще всего связан с фермерством и сельским хозяйством, не является основной деятельностью, а скорее средством диверсификации.

У каждого востребованного поставщика услуг агротуризма, как правило, есть предложение питания и/или фермерский магазин. Часто услуги не ограничиваются только проживанием или питанием, предлагают организацию и проведение мероприятий (свадьбы, дни рождения и тд), верховая езда, знакомство с фермой, ряд других услуг в зависимости от специализации фермы (виноделие, животноводство и др).

Разработана типология поставщиков услуг в агротуризме, включающая пять типов, выделяемых на основе размера (количества спальных мест), специализации (виноградарство, виноделие, конная ферма и тд), наличия сертификатов, а также целевой аудитории (семейный, активный отдых, отдых для пожилых людей). Примерно половина поставщиков услуг классифицирована по данным типам, но вторая половина - не относится к какому-либо определенному типу.

Основными "потребителями" услуг сельского туризма являются семьи с детьми, любители отдыха на природе, активные пожилые люди (примерно пятая часть туристов старше 60), любители активного отдыха (средний возраст, активный сезон), меньше всего услугами этой отрасли для отдыха пользуется молодежь, примерно 7,3% гостей - иностранцы. Посетители одного дня часто являются недооцененной целевой аудиторией, однако в на некоторых территориях они могут составлять очень важную часть туристов, и некоторые услуги могут быть ориентированы в основном под них.

В последние годы в связи с изменением демографической (напирмер, меньшее число семей с детьми, большее число туристов пожилого возраста), экономической, политической обстановки, меняется и портрет потребителя услуг агротуризма. В настоящее время важную роль играет более индивидуализированный подход и целевой маркетинг.

Стратегические задачи развития отрасли, отраженные в рамках проекта «Перспективы туризма в сельских районах», разработанного по заказу BMWi

1. Устойчивое развитие туризма в сельских местах обитания: сохранение природных основ, укрепление региональной идентичности как основы качества местности и туристической привлекательности.
2. Разработка турпродукта: предложения с добавленной стоимостью (добавленная стоимость появляется за счет использования региональных особенностей, например, уникальной кухни).
3. Укрепление и развитие профессиональных сетей и сообществ, особенно это помогает малому бизнесу.
4. Эффективное управление инфраструктурой и инвестициями.
5. Брендинг: бренды обеспечивают доверие гостя, безопасность предпринимателя и высокую степень проникновения на рынок. Это центральная задача регионального туристического маркетинга.
6. Коммуникация и продажи: фокус на онлайн-технологии. Участие сильных частных партнеров в продажах становится все более важным. Поставщики услуг в сфере сельского туризма и ДМО (локальные центры по развитию туризма) должны быть всесторонне квалифицированы.
7. Квалифицированный и мотивированный персонал - обязательное условие! Требуется стратегическая и межотраслевая интеграция этой задачи в региональные стратегии туризма.
8. Мобильность. Туризм требует мобильности на местах.
9. Доступность: обеспечение безбарьерного отдыха - серьезная проблема, особенно в сельской местности.
10. Регулярный мониторинг и оценка эффективности проводимой политики.

Источники и ссылки:

https://www.bmel.de/EN/RuralAreas/_Texte/BULE.html;jsessionid=48C437019564B6EBA8673B0C62253253.1_cid376?nn=313232 - Программа национальной поддержки развития сельских территорий

https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Landwirtschaft/LaendlicheRaume/StudieAgrotourismus.pdf?__blob=publicationFile - Отдых на ферме - Анализ реальной ситуации и рыночного потенциала в агротуризме

https://de.agrardialog.ru/files/prints/entwicklung_des_tourismus_in_landlichen_raumen_in_deutschland.pdf - Краткий анализ развития туризма в сельской местности в Германии

<https://www.bmwi.de//Redaktion/DE/Publikationen/Tourismus/tourismusperspektiven-in-laendlichen-raeumen.pdf> - Рекомендации по развитию туризма в сельской местности

Сельский туризм в Великобритании

Стратегическое регулирование и нормативная база

Согласно официальной информации отчета Департамента окружающей среды, продовольствия и сельского хозяйства (DEFRA), в 2014 году туристы потратили около 11,2 млрд. фунтов стерлингов в сельской местности, в секторе было занято более 472 670 человек, трудоустроенных в 57000 предприятиях. Таким образом, официальная статистика говорит о важном вкладе сельского туризма в индустрию туризма и в экономику Великобритании в целом. В силу этого, отрасль находится под пристальным вниманием правительства, на всех уровнях управления были разработаны и приняты несколько стратегических документов. Помимо этого, на политику внутреннего туризма, в том числе на сельских территориях, в Великобритании (как и в других странах Европы) оказывают большое влияние международные организации и политика туризма ЕС, во всяком случае до выхода страны из ЕС.

Стратегические рамки развития туризма в целом и сельского туризма в частности в Англии на 2010 - 2020 годы заданы рядом нормативных документов:

"Золотое наследие - стратегия роста въездного туризма в Великобританию с 2012 по 2020

год"

Постановление о развитии сельских территорий DEFRA

Программа развития сельского туризма: критерии мониторинга и оценка

План мероприятий VisitBritain

План мероприятий по развитию туризма

Стратегия развития сельской экономики (Палата лордов, комитет по сельской экономике, 2019)

Розовая книга: регламент для объектов размещения туристов

Методическое пособие по бизнесу в сельском туризме (доступен на веб-сайтах регионов)

Национальные стандарты оценки качества.

Дополнительно каждый регион устанавливает свои требования.

Департамент по вопросам цифровых технологий, культуры, средств массовой информации и спорта (DCMS) является главной организацией в правительстве Великобритании, которая отвечает за общее развитие и продвижение туристического сектора.

Важно упомянуть Партнерствах местных предпринимателей, создание которых было инициировано в Англии в 2011 году в рамках новой стратегии развития сельских территорий. Они рассматривают туризм (главным образом сельский) как инструмент экономического роста и развития сообщества. В стране действует 39 таких добровольных партнерств. Также действуют организации по развитию территорий "на местах" (DMO). По большому счету, основная работа по развитию туризма на отдельно взятых территориях ведется именно этими организациями в сотрудничестве с региональными и муниципальными органами власти.

Поддержка отрасли

1) Для продвижения всех видов туризма были созданы и работают такие организации, как VisitEngland, VisitScotland, VisitWales и VisitBritain. Они различаются организационно и по способу финансирования, есть незначительные акценты в стратегиях, однако решают главную задачу - продвижение национальных и локальных туристических брэндов. Помимо этого VisitBritain занимается мониторингом развития туризма, в том числе сельского, анализом статистических данных по отрасли, подготовкой стратегий и рекомендаций, подготовкой разных информационных и аналитических материалов, открытых как профессионалам, так и всем тем, кому интересна ситуация в отрасли.

2) Фонд Discover England был создан в 2015 году как одна из правительственных инициатив по развитию туризма с бюджетом в 40 миллионов фунтов стерлингов для поддержки проектов разного масштаба в сфере туризма. Средства фонда рассчитаны на три года и распределяются таким образом:

Год 1 и 2 - для небольших пилотных проектов, поданных инициативными группами.

Год 2 и 3 - для крупномасштабных двухлетних партнерских проектов.

Год 3 - для целевых мелкомасштабных проектов, разработанных инициативными группами. Примеры проектов можно найти на сайте (ссылка ниже).

Помимо грантовой программы, фонд предусматривает исследовательскую работу: подготовка серии тематических отчетов по видам деятельности в туризме, изменения рынка, анализ инфраструктуры, а также тематические исследования, иллюстрирующие лучшие мировые практики развития туризма. Поиск инновационных подходов к разработке турпродуктов, наиболее эффективных способов освоения инвестиций, а также важнейших тенденций отрасли, которые будут определять развитие туризма в ближайшем будущем.

3) Существует также ряд различных специализированных субсидий и грантов, направленных на поддержку сельского бизнеса и сельских сообществ, в том числе на развитие инфраструктуры, сохранение природного и культурно-исторического наследия.

4) Европейские программы поддержки.

Источники и ссылки:

<https://www.daera-ni.gov.uk/publications/rural-tourism-scheme> - План мероприятий по

развитию туризма

http://randd.defra.gov.uk/Document.aspx?Document=12045_RuralTourismFramework-FinalReport.pdf - Программа развития сельского туризма: критерии мониторинга и оценка

<https://www.ukinbound.org/wp-content/uploads/2019/05/Rural-Economy-Report.pdf> -

Стратегия развития сельской экономики - Палата лордов, комитет по сельской экономике

https://www.visitengland.com/sites/default/files/downloads/strategic_framework_for_tourism_document_1.pdf - Стратегические основы туризма в Англии

https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/Britain_Growth_%20Strategy%20inbound_Golden_Legacy_2012_to_2020.pdf - "Золотое наследие - стратегия роста въездного туризма в Великобританию с 2012 по 2020 год"

<https://www.visitbritain.org/business-advice/know-your-legal-obligations> - Розовая книга: регламент для объектов размещения туристов

<https://www.visitbritain.org/discover-england-fund> Фонд Discover England

<https://www.visitbritain.org/discover-england-fund-year-1-pilot-projects> - проекты первого года Фонда Discover England

Сельский туризм в Польше

Общее управление отраслью

За развитие туризма в Польше отвечает Министерство спорта и туризма в сотрудничестве с Польской туристической организацией (ПТО). ПТО занимается продвижением страны как привлекательного туристического направления, разработкой стратегических и практических планов по развитию туризма, мониторингом и оценкой отрасли, развитием инфраструктуры, а также объединяет заинтересованные стороны на всех уровнях - от национального до местного. На местном уровне за развитие туризма ответственны муниципалитеты. Один из центральных стратегических документов - «Программа развития туризма до 2020 года». Есть отдельный проект по развитию территориальных брендов, которые учитывают региональные особенности культурно-исторического и природного ландшафтов.

Проект "Выходные за полцены"

В национальном проекте "Исследуй Польшу - выходные за полцены" приняли участие более 400 партнеров, включая музеи, тематические парки, зоопарки, замки, дворцы, театры, отели, курорты и спа-курорты, были разработаны специальные предложения, рассчитанные на выходные. В первые выходные проекта туробъекты посетили более 60000 туристов, а вторые выходные уже привлекли около 77500. Проект признан удачным и станет регулярным туристическим событием - два раза в год.

Сельский туризм в Польше - особая тема, представлен примерно 8000 фермерских хозяйств, а также привлекает отдыхающих возможностью попробовать местную кухню и отдохнуть на природе. Польская федерация сельского туризма "Gospodarstwa Gościnne" - главный эксперт и информационный источник как для туристов, так и для предпринимателей в сельском туризме. Сайт агротуризма: www.agroturystyka.pl.

Краткая историческая справка

Многие десятилетия отдых в сельской местности в Польше пользовался популярностью, небольшой спад наблюдался дважды - после Второй мировой войны и в период экономических преобразований (после 1989 года). Во втором случае спад был вызван "устаревшим" стилем работы в туризме и поиском новых подходов, которые вскоре дали положительный эффект. Внимание центральной власти к сельскому туризму способствовало появлению общественных объединений на местном уровне, что помогло также в развитии совместной деятельности людей, в том числе в рамках экономических проектов.

Закон о предпринимательской деятельности, вступивший в силу в 1989 году, вызвал лихорадку предпринимательства среди поляков, в результате чего было создано около 2,5 миллионов новых компаний. Именно в это время была создана Польская туристическая палата (10 января 1990 года) как первая организация экономического самоуправления туристической индустрии в стране. Год спустя начали создаваться региональные советы по туризму, а в коммунах начали функционировать туристические и агротуристические ассоциации (с 1993 года). Вышеупомянутые примеры свидетельствуют о «взрыве активности» как частных, так и социальных субъектов на всех территориальных уровнях, от местного и регионального до национального. Импульс этой деятельности был передан жителям сельских районов, прежде всего учреждениями, которые видели возможности в агротуризме (компетентные министерства, сельскохозяйственные консультативные центры). Во многом учились на опыте у западноевропейских стран.

Создание в 1996 году национальной федерации региональных и местных ассоциаций агротуризма в качестве представителя на национальном уровне сформировало в общих чертах организационную структуру польского агротуризма, которая формировалась с 1991 года. Федерация взяла на себя обязательство сотрудничать с соответствующими министерствами сельского хозяйства и туризма.

Координация усилий и программная поддержка развития сельского туризма

В развитии туристических функций сельских районов важную роль играют мероприятия, осуществляемые различными организациями: профильными местными и региональными туристическими, сельскими районными администрациями, организациями по охране культурного наследия, координируемые на центральном уровне министерством туризма в сотрудничестве с министерством сельского хозяйства и развития сельских районов. Среди общенациональных неправительственных организаций - упомянутая выше Польская федерация сельского туризма "Gospodarstwa Gościnne" и Европейский центр органического сельского хозяйства и туризма - ЕСЕАТ.

Создание в сельской местности условий, привлекательных для жизни, работы, отдыха и ведения собственного бизнеса является частью стратегии развития страны. Так, в «Стратегии ответственного развития» предусматривается «Поддержка услуг, способствующих развитию несельскохозяйственных функций фермерских хозяйств (туризм, образование, здравоохранение, уход и т. д.)». «Программа развития туризма на 2020 год» включает использование природных и ландшафтных ресурсов для развития конкурентоспособного и инновационного туризма через поддержку предприятий, организаций и учреждений, а также инициатив туристического сектора в согласии с принципами устойчивого развития.

Туризм в сельской местности также упоминается в польской маркетинговой стратегии в сфере туризма на 2012-2020 годы как одна из пяти важных групп туристических брендов, в приоритете интеграция активного, культурного и оздоровительного туризма с потенциалом сельской местности.

Вопрос туризма также отражен в Программе мероприятий Министерства сельского хозяйства и развития села на 2015-2019 годы, в которой одна из задач - "Развитие туризма в сельской местности", также большое внимание сельскому туризму уделено в "Программе развития села на 2014-2020 годы" и "Программе развития туризма в сельской местности в Польше" (2015 г.).

Министерство сельского хозяйства и развития сельских районов инициировало проект «Отдых в деревне», целью которого является создание позитивного имиджа сельской местности как туристического направления, предлагающего разнообразные и круглогодичные мероприятия для местных и иностранных туристов. Торжественное открытие проекта состоялось во время Международной туристической ярмарки TT Warsaw в Варшаве в ноябре 2016 года.

Правовые нормы и налогообложение

В Польше разработаны правовые нормы, применимые к объектам сельского туризма. Деятельность регулируется законодательством о сельскохозяйственной деятельности, налоговыми нормами, законом о предпринимательстве и рядом специфических положений и правил.

Фермеры, осуществляющие туристическую деятельность, освобождены от подачи информации в CEIDG (реест компаний, осуществляющих бизнес деятельность), однако должны информировать муниципалитет о том, кто будет принимать посетителей, в каком месте, сколько спальных мест и в течение какого периода времени. При этом заявители должны соблюдать строительные, санитарные и противопожарные требования, а также оборудовать в целом помещение для аренды.

Самая известная налоговая льгота для фермерских хозяйств - это освобождение от необходимости платить подоходный налог с доходов от сдачи в аренду комнат для гостей, жилых домов, расположенных в сельской местности на ферме, и доходов, полученных от организации питания для своих гостей, если количество сдаваемых в аренду комнат не более пяти. При этом арендодатель в таком случае не обязан показывать доходы от этой деятельности в декларациях или объединять их с другими доходами. Но это положение трактуется очень строго и узко, и есть ряд нюансов, подробно представленные в соответствующих регламентирующих документах.

В дополнение к облегчению подоходного налога, также есть льгота по налогу на недвижимость: 5 сдаваемых в аренду комнат облагаются налогом по тарифу, как и жилое пространство, а не бизнес-помещения.

От арендодателей, однако, требуется ведение простого учета деятельности и указания денежных сумм, полученных от клиентов.

Сельский туризм и агротуризм - различия

Если предоставление туристических услуг становится основным предметом деятельности агротуризма, оно выходит за рамки определения агротуризма, определенного ранее. Для такой деятельности был принят более широкий термин - сельский туризм. Подобно агротуризму, он отражает только определенный тип предпринимательства, который является предметом туристических услуг, с использованием специфических ресурсов сельской местности - природе, культуре, однако услуги осуществляются за пределами фермы или не фермерами, выходят за рамки аренды гостевых комнат и продажи домашнего питания, если они предлагаются людям, которые не живут на ферме (прокат спортивного инвентаря, организация специальных мероприятий, малый кейтеринг); предоставляются в сфере регулируемой деятельности, то есть требуют разрешения или записи в CEIDG (например, продажа алкоголя за исключением продажи ограниченного количества вина собственного производства в винных хозяйствах и т. д.). Предприятия сельского туризма также имеют некоторые налоговые льготы при соблюдении ряда условий.

Регулирование гостиничных услуг

Гостиничные услуги являются основой туристического предложения, в том числе в сельском туризме и в других видах туризма. В области агротуризма они принимают форму аренды гостевых комнат и, например, мест для установки палаток на ферме. Услуги могут быть предоставлены кем угодно, но есть четкое определение помещений, в которых принимаются гости: "стандартные помещения" - для которых определены официальные требования в отношении размера, оборудования и объема услуг, определяемые как "гостиничные услуги", и "другие помещения", для которых указаны минимальные требования.

Еда и питание как туристический продукт

Сельские районы занимают особое место в кулинарном туризме, поскольку отдых в сельской местности ассоциируется с близостью природы, чистой окружающей средой и здоровыми и экологически чистыми продуктами питания. Для современного туриста

возможность попробовать сельскую еду является настоящей достопримечательностью. При продаже блюд домашнего приготовления применяются определенные санитарные требования, при необходимости должны быть предусмотрены соответствующие средства для поддержания надлежащей гигиены персонала

Образовательные услуги в сельских усадьбах

Часть агротуристических хозяйств с самого начала своей деятельности предоставила посетителям возможность ознакомительных/образовательных услуг, что повышает привлекательность туристического объекта, а также создает возможность взаимовыгодного сотрудничества с сектором образования. Фермы имеют очень ценные ресурсы, например, для школ или детских садов, потому что они дают возможность увидеть на практике то, что обсуждается на уроках, привнося в образование элементы досуга и формируя интересные и разнообразные образовательные программы, такие как: «От овцы до шляпы», «Яичная тропинка» и многие другие. Образовательная ферма - это понятие, которое до сих пор не определено в правовых нормах. В каждом случае вопросы решаются индивидуально. Однако появление достаточного количества таких предложений послужило причиной для создания общей платформы, упорядочивающей основные концепции, связанные с образовательной деятельностью фермерских хозяйств: Национальная образовательная досуговая сеть - добровольная ассоциация, которая заботится о правильном уровне услуг. Эта ассоциация предполагает, что образовательная ферма работает в деревне, управляется жителем деревни и принимает детей и молодежь в рамках школьных и внешкольных образовательных программ, выполняя по меньшей мере две из следующих образовательных задач:

- образование в области растениеводства,
- образование в области животноводства,
- образование в сфере переработки сельскохозяйственной продукции,
- образование в области материально-культурного наследия деревень, традиционных промыслов, ремесел и народного творчества.

С 2014 года если ферма хочет заниматься образовательной деятельностью и иметь официальное подтверждение качества такой деятельности, она обязана получить патент в Патентном ведомстве и быть членом Ассоциации.

Обычно, однако, образовательные услуги предоставляются в форме однодневного пребывания (без проживания), адресованного чаще всего организованным дошкольным и школьным группам.

Сельский туризм в Белоруссии

Сельский туризм в Белоруссии закреплен законодательно Указом президента Республики Беларусь (последняя редакция - 2017 год). Законодательство представлено на русском языке (приложение) и определяет основные положения и стандарты отрасли.

Отдых в деревне

В 2003 году было создано Белорусское общественное объединение "Отдых в деревне". Эту дату принято условно считать днем рождения сельского туризма в Белоруссии. Среди инициаторов этого движения были сотрудники музея сельской культуры "Дудutki". Организация взяла на себя роль главного вдохновителя, менеджера и координатора отрасли. Одним из успехов деятельности организации и, как результат, мощным и успешным развитием в целом отрасли сельского туризма следует считать лидера организации и команду экспертов, а также поддержку главы государства.

На сегодняшний день в организации более 800 членов - жители сельской местности разного возраста и профессий. Организация осуществляет стратегическую и общую координацию отрасли, проводит обучающие семинары и разрабатывает методическую

литературу, занимается продвижением сельского туризма на внутреннем и международном рынках, разрабатывает и реализует проекты по развитию отрасли разного масштаба, от малых до международных.

Сочетание государственной поддержки, финансовых средств, создания профессиональной общественной организации, возглавляемой профессионалом высочайшего уровня с мощными контактами в рамках отрасли во многих странах Европы и отличными способностями менеджера и стратега - позволили отрасли занять весомое положение в сфере туризма в целом, стать привлекательной для миллионов туристов как внутри страны, так и представителей других стран. В 2016 году Беларусь победила в номинации "Агротуризм" конкурса National Geographic Traveler Awards 2016, проводимого российской версией популярного журнала про путешествия.

Несомненно важный момент: акцент на аутентичности сельской жизни в Белоруссии и огромное внимание гастрономическому туризму!

Источники и ссылки:

<http://www.ruralbelarus.by> - сайт общественной организации "Отдых в деревне"

https://kodeksy-by.com/norm_akt/source-Президент%20РБ/type-Указ/365-09.10.2017.htm - Указ президента Республики Беларусь о развитии агроэкотуризма

Программы поддержки развития сельских территорий и сельского туризма ЕС

Единая сельскохозяйственная политика ЕС

Прежде всего стоит сказать о Единой сельскохозяйственной политике ЕС (Common Agricultural Policy - CAP), принятой в 1962 году и финансируемой за счет средств ЕС, в основе которой лежит партнерство между сельским хозяйством и обществом, а также между Европой и ее фермерами.

Среди основных целей CAP следующие:

поддержка фермеров и повышение производительности сельского хозяйства, с целью бесперебойного производства доступных продуктов питания

всесторонняя защита фермеров Европейского Союза (ЕС)

помощь в решении проблем, вызванных современными глобальными изменениями климата, а также помощь в переходе к устойчивым формам сельского хозяйства

поддержка сельских районов и сохранение природных ландшафтов

поддержка сельской экономики, создание рабочих мест в сельском хозяйстве, агропродовольственной промышленности и смежных секторах.

Финансирование мероприятий в рамках CAP реализуется в основном через два профильных фонда:

Европейский сельскохозяйственный фонд (EAGF - European Agricultural Fund) - обеспечивает прямую поддержку и финансирует в рамках экономического сектора

Европейский фонд сельского хозяйства и развития сельских территорий (EAFRD - European Agricultural Fund for Rural Development) - финансирует проекты, направленные на развитие сельских территорий через правительства стран.

Европейский фонд сельского хозяйства и развития сельских территорий (EAFRD)

Основное внимание EAFRD уделяет сельскохозяйственному сектору, проектам, предлагающим инновационные агроэкологические и климатические методы. Проект осуществляет финансирование по принципу со-финансирования: государства-члены должны вложить не менее 30 процентов своих средств.

Вторым важным направлением является поддержка сельскохозяйственных предприятий за счет инвестиций в сельское хозяйство, а также в туризм и диверсификацию фермерских хозяйств.

Третий приоритет в поддержке - местные проекты развития деревень.

Программа LEADER

Программа LEADER (акроним на французском языке - Liaison entre actions de développement de l'économie rurale - то есть «Совместная деятельность по развитию сельской экономики») - это инициатива Европейского Союза по поддержке проектов, направленных на развитие сельских районов, инициированных на местном уровне. Первый этап программы был реализован с 1991 по 1993 годы, второй - с 1994 по 1999 годы, LEADER+ с 2000 по 2006 годы. В настоящее время (2014–2020 гг.) программа LEADER была расширена, чтобы охватить не только сельские, но и прибрежные (FARNET) и районы малых городов под общей концепцией развития территорий через проектные инициативы местных жителей (Community led local development - CLLD).

Проекты LEADER+ разрабатываются и реализуются местными инициативными группами (МИГ). Каждый проект должен представлять относительно небольшую сельскую местность с населением от 10000 до 100000 человек.

Три основные цели LEADER+:

поощрять инновационные проекты в развитии сельских районов
поддерживать сотрудничество между сельскими территориями: поощряется объединение и совместное использование ресурсов нескольких МИГ в рамках одного проекта
объединять усилия по развитию сельских территорий через обмен опытом и знаниями, через создание базы данных, распространение информации и подготовку публикаций об успешных практиках.

Семь основных принципов местного развития LEADER+:

Территориальность: происходит на небольшой однородной социально объединенной территории

"Снизу вверх": местные жители сами разрабатывают стратегию, разрабатывают проект и определяют инструменты реализации

Государственно-частное партнерство: МИГ - это партнерские добровольные объединения, в которые входят организации государственного, частного и общественного секторов, а также активные жители поселений

Инновационность: приветствуются инновационные методы и подходы в проектах МИГ

Интеграция: приветствуется взаимодействие между экономическими, социальными, культурными и экологическими секторами, проекты должны предусматривать межсекторный комплексный подход

Сетевое взаимодействие: обмен информацией, построение сетей, что позволяет учиться друг у друга, у организаций и учреждений на местном, региональном, национальном и межнациональном уровнях

Сотрудничество: приветствуется сотрудничество и обмен опытом между МИГ

Многие страны использовали средства программы LEADER+, выделяемые на конкурсной основе, добиваясь мощного прогресса в развитии сельских территорий. Одним из важнейших результатов работы программы - устойчивая сеть местных инициативных групп, которые продолжают развивать свои территории в течение долгого времени, становясь ядром местных сообществ.

Международные организации, поддерживающие развитие сельских территорий и сельского туризма:

European network for rural development // https://enrd.ec.europa.eu/home-page_en

Network of European regions for the sustainable and competitive tourism // NECSTouR - <http://www.necstour.eu/goodpractice> -

European Federation of Rural Tourism <https://www.eurogites.org/>

О единой сельскохозяйственной политике ЕС

https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/cap-glance_en -

Заключительные обобщения и рекомендации по развитию отрасли туризма, в частности, сельского туризма, основанные на опыте стран Европы

Обобщения

Итак, сельский туризм либо вписан в законодательство отдельной строкой, либо нет, но и в том и в другом случае он является частью политики диверсификации сельского хозяйства, развития местных сообществ, то есть понимается более комплексно и широко, чем часть отрасли туризма и скорее является инструментом развития и поддержки сельских территорий (повсеместно) и фермерства (в некоторых странах особенно). В любом случае, все страны Европы (и шире) признают сельский туризм - важным инструментом и активно поддерживают его развитие через упрощение бюрократических процедур, налоговые льготы и с использованием финансовых инструментов.

Проекты по развитию сельского туризма финансируются за счет специализированных программ поддержки по линии развития сельских территорий, сельского хозяйства, экономики, иногда - туризма. Как правило, такое финансирование подразумевает участие ЕС в софинансировании с конкретной страной. На уровне стран могут быть выделены средства на целевые программы, или через специализированные фонды, или в виде целевых субсидий, но как правило, это комбинация финансовых инструментов, поскольку отрасль развивается на стыке министерств и ведомств.

Для успешного развития требуется: долгосрочные проекты + финансовая поддержка + обучение + маркетинг + координация + сотрудничество (межведомственное + межрегиональное + муниципально - как структур власти, так и людей / сообществ).

Факторы, влияющие на развитие сельского туризма - по сути, те же, что влияют на развитие всей туристической отрасли и в целом экономики разных уровней. Подробно они были описаны выше.

Важные комментарии и рекомендации по развитию сельского туризма в России

Туризм - это в большой степени **работа именно на местах**, следовательно при принятии любых нормативных документов центральными органами власти, чрезвычайно важно понимать ситуации в регионах, стремиться дать максимальные **полномочия местным органам власти**. Особенно ключевое значение имеет этот пункт при разработке стратегии и развитии сельского туризма. В стране есть ряд **сильных экспертов** именно в этой области, и их опыт и мнение крайне важно учитывать для успешного развития отрасли.

Партнерство и координация деятельности всех заинтересованных сторон (правительство и органы власти на местах, бизнес-сообщество, исследовательские институты + эксперты, общественные организации и активисты - это важнейший фактор успеха.

Качество и кооперация = инициативные группы = устойчивое развитие. Сельские поселения, где сообщества (добровольные объединения жителей, инициативные группы жителей-бизнеса-власти) целенаправленно ведут работу по улучшению всего поселения в целом, а не только отдельных усадеб - должны поощряться, возможно, финансово. Как вариант - государственная программа поддержки и/или конкурс, реализуемый профильной НКО.

Грамотный **анализ рынка сельского туризма**, качественные **исследования отрасли, изучение опыта развития** сельского туризма в странах мира и понимание глобальных тенденций отрасли - это эффективная стратегия, позволяющая эффективно использовать время

и средства. **Регулярные реальные статистические данные + качественные маркетинговые исследования сектора** - это обязательный элемент развития, позволяющий выявлять тенденции, четко понимать ситуацию, и, как следствие, задавать грамотный вектор стратегического развития, осознанно управляя как развитием сектора, так и покупательским поведением.

В сельском туризме важна **комплексность и неотделимость** этой сферы от таких сфер, как транспорт, окружающая среда, безопасность, образование, культура, сельское хозяйство, современные цифровые технологии и более широкая экономическая политика всех уровней.

Устойчивое развитие - это главная глобальная тенденция и определяющие рамки развития всех отраслей экономики, особенно - туризма. В связи с этим нужно принимать во внимание один из ключевых ориентиров при переходе к устойчивому туризму - Sustainable Development Goals / цели устойчивого развития (<https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>), в том числе в части, касающейся туристической отрасли (<http://tourism4sdgs.org>). В связи с этим важно на всех уровнях поощрять **развитие устойчивых форм туризма**, особенно тех проектов, которые предполагают эффективное и бережное отношение к природным и культурным ресурсам.

Сельский туризм - это **движущая сила развития территорий**, инструмент создания рабочих мест, новых возможностей для малого и среднего сельского бизнеса.

Важно **своевременно на этапе стратегического планирования понимать угрозы** от развития туризма (в чем очень помогает изучение опыта некоторых стран и территорий мира) и превентивно принимать меры по снижению негативных эффектов (массовый туризм, огромное количество мусора, ухудшение экологической ситуации, рост цен и тп), максимально раскрывая позитивный потенциал. Подробная таблица позитивных и негативных последствий развития сельского туризма - в Приложении 2.

Чтобы минимизировать негативное влияние на материальное и нематериальное наследие регионов и иметь возможность фиксировать и оценивать изменения, **при разработке региональных стратегий / проектов развития туризма полезно:**

определить туристические достопримечательности; провести оценку или переоценку туристических достопримечательностей на основании реального потенциала и значимости (в том числе экономической, культурной, исторической); вынести рекомендации по продвижению или улучшению настоящего использования в туризме; провести оценку экономической эффективности их максимально эффективного устойчивого использования в туризме; определить количество людей, занятых в туризме и уровень их подготовки и возможные способы повышения профессионального уровня.

учитывать, что рост туристического притока любого происхождения **положительно** влияет на экономику региона напрямую - через общие поступления от потребления; косвенно - через контакты и местные двусторонние культурные влияния, знание местных экономических ценностей и потенциальных возможностей для бизнеса, трудоустройство в сфере услуг, создание благоприятного имиджа и т. д. Но есть **отрицательный эффект** - и если его не учитывать, положительный эффект значительно снижается либо может исчезнуть совсем через некоторое время.

Качество важнее количества - это общая мировая тенденция, которую уже сегодня следует принимать во внимание при развитии сектора, особенно сельского туризма. В том числе это относится к такой теме, как классификация средств размещения. Она должна быть добровольная, учитывать особенности именно сельских объектов размещения, но тем не менее стимулировать владельцев повышать уровень качества, стимулировать в целом территории к развитию и благоустройству.

Грамотный профессиональный маркетинг и брендинг территорий, качественный туристический продукт, соответствующий мировым стандартам и требованиям - основа экономически эффективной стратегии.

Подготовка профессионалов отрасли + привлечение к работе **экспертов отрасли** с практическим опытом.

Общественная организация, специализирующаяся на развитии именно сельского туризма (по аналогии с белорусской НКО "Отдых в деревне") с целевой финансовой поддержкой, объединяющая сильных практических экспертов отрасли, может стать эффективным инструментом развития сельского туризма в стране, быть связующим звеном между властью и практиками отрасли, отвечать за стратегию, планы мероприятий, организацию и проведение основных мероприятий, взаимодействие с профильными ассоциациями и европейскими организациями. АНО "АРСИ" - та организация, которая может взять на себя функции стратегического партнера развития отрасли: уже объединяет ведущих экспертов в стране и мире, имеет региональные контакты с практиками и представителями региональных и муниципальных органов власти, большой опыт работы в данной отрасли, собственные методические материалы и рекомендации. **Поддержка сайта** - уже существующего, разработанного АНО "АРСИ".

Пилотный проект (проекты) с участием пилотных регионов - на средства, выделяемые на поддержку новых статей закона в части развития сельского туризма - отработка методик развития и продвижения, изучение нюансов, отработка практического опыта, возможность анализировать и изучать "процесс" с целью анализа и разработки рекомендаций для более широкой территории (пример - проект Финляндии).

Изучить необходимость сотрудничества и - если таковая будет доказана - варианты сотрудничества с **VisitRussia**.

Социальная реклама.

Поддержка событийного туризма в сельской местности.

Приложение 2

Таблица позитивных и негативных последствий развития сельского туризма

| | Положительный эффект | Отрицательный эффект |
|--------------------------------|---|---|
| Экономика | | |
| Местные жители | <p>Новые рабочие места</p> <p>Новые источники дохода</p> <p>Формирование стимулирующей бизнес-среды (включая сферу услуг, производство, торговлю) и рынок местных продуктов (продукты питания, сувениры и тп)</p> <p>Развитие инфраструктуры (электричество, транспорт, водопровод) и технологий (мобильная связь, интернет)</p> <p>Стимул для собственного профессионального роста и развития</p> | <p>Работа, как правило, сезонная или на неполный рабочий день</p> <p>Некоторые виды работ требуют специальных знаний, навыков, квалификации</p> <p>Рост прожиточного минимума в поселении (растут цены на недвижимость, землю, продукты питания и услуги, аренду жилья)</p> |
| Органы местного самоуправления | <p>Диверсификация сельского хозяйства</p> <p>Увеличение числа налогоплательщиков</p> <p>Повышение инвестиционной привлекательности территории</p> <p>Поддержка высших органов власти</p> <p>Межсекторное взаимодействие между туризмом, сельским хозяйством, транспортом, торговлей и другими отраслями экономики - кластерное развитие</p> | <p>Дополнительная нагрузка на инфраструктуру, которая не была изначально предусмотрена (в том числе полигоны отходов, дороги, водопроводы и тп)</p> <p>Дополнительные объемы работы</p> <p>Запрос на развитие социальной инфраструктуры</p> <p>Зависимость от туризма - снижение интереса к развитию таких отраслей, как сельское хозяйство, фермерство, производство и переработка</p> |
| Туристы | <p>Возможности для недорогого отдыха, в том числе в относительной близости от постоянного проживания</p> | |
| Социо-культурная сфера | | |
| Местные жители | <p>Повышение качества жизни</p> <p>Развитие торговли в деревне (в том числе появление более качественных аптек)</p> <p>Почта, больница, полиция - в деревне</p> <p>Жители гордятся своей деревней</p> <p>Местные жители начинают интересоваться своими традициями, культурой, историей местности = Культурная идентичность</p> <p>Культурный обмен</p> <p>Большее количество мероприятий - в том числе интересных для местных жителей</p> <p>Приезд новых жителей на ПМЖ с новыми знаниями, опытом (могут обучать местных жителей, в том числе детей, ремеслам, языкам, творчеству, танцам и тп)</p> <p>Лагеря и программы для туристов летом в том числе открыты для местных детей</p> <p>Кооперация между местными жителями</p> <p>Повышение бытовых стандартов</p> | <p>Ухудшение криминальной ситуации, снижение уровня безопасности /</p> <p>Вандализм</p> <p>Алкоголизм</p> <p>Не каждый житель деревни будет работать в туризме, значит, не каждого порадует развитие туризма, для кого-то это будет ухудшение</p> <p>Коммодификация культуры и традиций</p> <p>Конфликты между местными жителями и туристами</p> <p>Слишком большое количество туристов в деревне в высокий сезон</p> <p>Недостаток тишины и спокойствия</p> <p>Разрушение обычной жизни (во время высокого сезона)</p> <p>Изменение поведения местных жителей не в лучшую сторону, в том числе смена ценностей - жажда наживы</p> <p>Конкуренция и зависть</p> |

| | | |
|--------------------------------|--|---|
| | | Пробки, чрезмерное количество транспорта Массовый туризм |
| Органы местного самоуправления | Социальные инициативы со стороны старожилов и вновь переехавших Снижение оттока жителей из деревни, в том числе молодежи Вовлеченность жителей в процесс принятия стратегических и управленческих решений развития деревни (хотя это может не всегда приветствоваться местной властью) | Необходимость регулировать, контролировать новые процессы и разрешать конфликты и сложности, возникающие в процессе развития туризма Массовый туризм |
| Туристы | Возможность познакомиться с культурными традициями местности, приобрести новые знания и развить новые навыки (в том числе для детей) Возможность отдохнуть в деревне, близко от дома Недорогие качественные продукты питания, сувениры и различные изделия местных мастеров Повышение интереса к культуре, традициям, истории, уважение к местности | Автомобильные пробки Массовый туризм |
| Окружающая среда | | |
| Местные жители | Рост озабоченности по поводу здоровой окружающей среды и природных ресурсов | Загрязнение воды, воздуха, почвы |
| Органы местного самоуправления | Понимание важности сохранения природы Понимание важности переработки мусора и других вопросов устойчивого развития, например, эффективного использования воды, качества воды и земли | Чрезмерный шум, "шумовое" загрязнение Огромное количество мусора, проблемы с его утилизацией Истощение местных природных ресурсов |
| Туристы | Сельский туризм позволяет развивать туризм с меньшей рекреационной нагрузкой на территорию и окружающую среду - при ГРАМОТНОМ УПРАВЛЯЕМОМ развитии | Негативное воздействие на окружающую флору и фауну |

Источник: квалификационное эссе Светланы Пантюхиной к учебному модулю "Сельский туризм и организация и менеджмент мероприятий" (Royal Agricultural University, MSc in Business management, School of Business Management and Entrepreneurship, UK, 2018-2019).

Оригинальные источники могут быть предоставлены по требованию: Gannon (1994); Meimand, Khalifah, Zavadskas, Mardani, Najafipour and Ahmad (2017); Gadad & Kamashetty (2014); Garcia, Vázquez & Macías (2015); Kim, Uysal & Sirgy (2013); Dyer, Gursoy, Sharma & Carter (2007); Jamshidi, Sobhani, Mirrahimi & Nouroozi (2018); Jordan, Havadi-Nagy & Maroşi (2016); Călina, Călina & Tiberiu (2015); Sanagustin-Fons, Lafita-Cortés & Moseñe (2018); Boys, White, Groover (2017), Fatimah (2015); Shin, H-J., Kim, H.N. & Jae-Young Son, J-Y (2017).