МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ – ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В РАЗВИТИИ ПОСЕЛЕНИЙ








Москва ФГБНУ "Росинформагротех" 2015

gost.e-ecolog.ru

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ – ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В РАЗВИТИИ ПОСЕЛЕНИЙ

Москва
2015

УДК 338.48
ББК 65.433.5
А 65

Автор:
Н.П. Андреева, канд. экон. наук (ФГБОУ ДПО «Федеральный центр сельскохозяйственного консультирования и подготовки кадров АПК»)

Ответственный за выпуск –
Ю.Н. Егоров, начальник отдела Департаментнаучтехполитики Минсельхоза России

Рецензенты:
А.В. Мерзлов, д-р экон. наук, проф. (ФГБОУ ВО – МСХА им. К.А. Тимирязева»);
Г.А. Демишкевич, д-р экон. наук, проф. (ФГБОУ ДПО «Российская академия кадрового обеспечения РГАУ АПК»)

А 65 **Сельский туризм – перспективное направление в развитии поселений**: метод. реком. – М.: ФГБНУ «Росинформ-агротех», 2015. – 108 с.

ISBN 978-5-7367-1129-1

Предназначены для администраций сельских поселений, региональных и районных центров сельскохозяйственного консультирования, общественных и неправительственных организаций, действующих на сельских территориях. Организация сельского туризма рассматривается как возможность сохранения или возрождения сельских поселений, диверсификации деятельности в сельской местности, вовлечения женщин и молодежи в развитие сельских поселений. Особое внимание уделено планированию эффективного использования потенциала сельских поселений и поддержке реализации местных инициатив.

Рекомендованы к изданию Научно-техническим советом Минсельхоза России (протокол № 5 от 17 февраля 2015 г.).

Rural Tourism is a promising direction of rural settlements development: guidelines. – Moscow: FGBNU «Rosinformagrotekh», 2015. – 108 c.

The guidelines are intended for administrations of rural settlements, regional and district of agricultural counseling centers, public and non-governmental organizations operating in rural areas. The organization of rural tourism is regarded as the ability to preserve or regenerate rural settlements, as well as diversification of rural activities, involvement of women and young people in the development of rural communities. Particular attention is paid to planning of efficient use of the potential of rural communities, support and implementation of local initiatives.

They are recommended for publication by Scientific and Technical Council of the Ministry of Agriculture of the Russian Federation (Minutes No. 5 of 17 February 2015)

УДК 338.48
ББК 65.433.5

ISBN 978-5-7367-1129-1

© Минсельхоз России, 2015

Введение

Многие сельские поселения в развивающихся регионах мира сталкиваются с проблемой поиска деятельности, приносящей доход и формирующей занятость крестьян, высвобождающихся из аграрного сектора в связи с его модернизацией и интенсификацией. В России в большинстве административных районов сельское хозяйство по-прежнему остается основной сферой приложения труда на селе, и сельскую экономику можно характеризовать как моноотраслевую. Это обусловлено низкой производительностью труда в отрасли (по различным оценкам, в 8-10 раз ниже по сравнению с развитыми странами), рост которой сдерживается не только инвестиционно-технологическими факторами, но и неразвитостью на селе альтернативной сферы занятости, призванной абсорбировать избыточную рабочую силу, высвобождаемую из аграрного производства.

Молодые люди, в частности, уезжают из сельских районов из-за отсутствия возможности трудоустройства. В то же время сельских жителей, испытывающих потребность в трудоустройстве, но отчаявшихся найти работу и активно ее не ищущих, органы статистики не считают безработными и относят к так называемому экономически неактивному населению. Поэтому официальный показатель общей сельской безработицы составляет всего 9-10%.

Начавшийся процесс диверсификации отраслевой структуры рабочих мест на селе требует формирования новых эффективных механизмов, способных предотвратить рост реальной безработицы населения, высвобождаемого из сельского хозяйства в результате увеличения производительности труда.

Традиционная сельская экономика не предлагает достаточных альтернативных возможностей для трудоустройства, и главы сельских поселений ведут поиск новых источников улуч-

шения финансового положения, так как отсутствие доходов ведет к социальным проблемам. Благодаря мультипликативному эффекту от развития сельского туризма все большее число сельских поселений выбирает его в качестве возможности решить проблему диверсификации сельской экономики на основе местного потенциала.

Россия обладает уникальными природно-климатическими и культурно-историческими особенностями, позволяющими развивать почти все популярные виды туризма, в числе которых сельский туризм. Развитию сельского туризма в России также способствует ухудшение экологической и психологической обстановки в крупных городах, в связи с чем городские жители стремятся отдыхать в экологически благоприятной местности.

Возрождается интерес к элементам традиционной народной культуры: архитектуре, кухне, ремеслам, фольклору, посещению российской глубинки; как к элементу ностальгии по крестьянской соборности растет стремление к расширению сферы общения. В предпринимательской среде возросла конкуренция в традиционных сферах инвестиции на селе и идет поиск новых объектов инвестирования.

Сельский туризм – не просто отрасль туристической индустрии, он выполняет важные социально-экономические функции: создание привлекательных рабочих мест, в том числе для сельской молодежи и женщин; обустройство сельских территорий; комплексное использование природного и культурного потенциала сельских территорий. Развитие сельского туризма напрямую содействует повышению привлекательности проживания в сельской местности. Доля сельского туризма в России пока невелика и, по данным Ростуризма, составляет 1,5-2% (рис. 1), хотя есть все предпосылки для его развития.

Интерес к сельскому поселению как месту отдыха появился еще в XIX в. как реакция на расширение промышленных городов. Железнодорожные компании в то время капитализировались на заинтересованности в транспортировке туристов в сельскую местность. Альпы, американские и канадские Скали-

стые горы были ранними центрами сельского туризма.

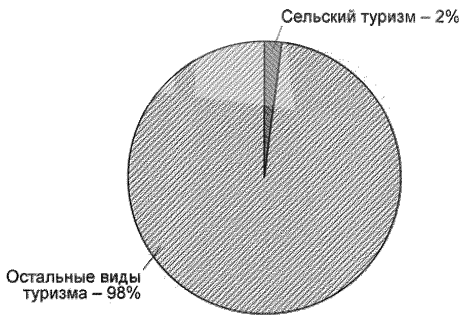

Рис. 1. Доля сельского туризма в туристическом секторе России

Отличие сельского туризма 1970-90-х годов в том, что, во-первых, туристов стало намного больше, во-вторых, автомобильный транспорт вытеснил железнодорожный, что дало возможность посещать регионы далеко за пределами рельсовых дорог. Сельский туризм стал конкурентоспособным и привлек туристов из крупных и специализированных курортов в небольшие города и деревни с живописным пейзажем. Этого вида туризма трудно оценить количественно, так как во многих странах не разделяют сельский и другие формы туризма. Тем не менее, по мнению большинства национальных туристских ассоциаций, прирост сектора сельского туризма за последние десятилетия составляет 20-40%.

Сельский туризм является относительно новым, перспективным направлением, позволяющим горожанам приобщиться к традиционному укладу жизни сельских жителей. Суть его – в организации отдыха в сельской местности, где всё обеспечение проживания туристов (питание, досуг, обслуживание и др.) берёт на себя принимающая семья. Сельский туризм предоставляет возможность отдыха тем, кто по каким-либо причинам не

может позволить себе другие виды туризма. Его привлекательными чертами являются чистый воздух, домашняя атмосфера, нетронутая природа, натуральные продукты, тишина и неторопливый быт.

В стране уже реализуются десятки проектов по сельскому туризму, таких как «Дорога к дому» (Ленинградская область) «Зеленый дом» (Горный Алтай), сеть «B&B» (Прибайкалье), «Вода, природа и люди в исчезающем ландшафте. Развитие устойчивого туризма в России и Республике Беларусь» (Калининградская область).

Лидерами в организации сельского туризма являются Иркутская, Калужская, Владимирская, Вологодская, Ивановская, Новгородская, Архангельская. Ленинградская, Псковская, Самарская, Тверская, Тульская, Ярославская, Пензенская, Калининградская, Московская, Ленинградская области, Алтайский край, республики Карелия и Чувашская. Перспективные направления его развития – Сибирь и Дальний Восток, а также Центральный федеральный округ (благодаря развитой ин-



Село Вятское Ярославской области

фраструктуре). Развитие сельского туризма между Москвой и Санкт-Петербургом может быть перспективным. Наличие большого числа покинутых и разрушенных деревень говорит о большой инвестиционной привлекательности региона, ведь эти земли так и остались поселковыми, и в них значительно проще разместить этнографические деревни — гостевые комплексы.

Социально-экономическая значимость сельского туризма:

- релаксация жителей городов в сельской местности, пополнение знаний о традиционной народной культуре;
- движение финансовых средств из городов в сельскую местность;
- создание альтернативных источников занятости для сельского населения;
- повышение доходов сельского населения;
- уменьшение миграции сельских жителей в города;
- формирование рынка сбыта сельскохозяйственной продукции и изделий народных промыслов;
- развитие инфраструктуры сельских территорий;
- сохранение природных и культурных ресурсов;
- снижение социальной напряженности в сельской местности.

Сельский туризм способствует:

- сохранению малых населенных пунктов (сельского быта);
- улучшению условий жизни сельского населения;
- повышению жизненного уровня сельских жителей;
- закреплению молодежи на селе;
- стимулированию изучения народных обычаев и обрядов;
- возрождению и пропаганде традиционных ценностей и образа жизни;
- развитию народных промыслов;
- сохранению культурного, экологического и исторического наследия региона.

По оценкам Всемирной туристической организации, емкость въездного туристического рынка в России при соответствующем уровне развития туристической инфраструктуры составляет примерно 40 млн туристов. Можно предположить, что 10% (около 4 млн человек) потенциального количества зарубежных туристов будут отдыхать в сельской местности. При этом выручка хозяев гостевых домов составит около 1 млрд долл. США, а поступления в консолидированный бюджет страны от деятельности по обслуживанию иностранных агротуристов – 60 млн. С учетом того, что каждый иностранный турист, по оценкам экспертов, тратит за время тура дополнительно в среднем 1 тыс. долл., за счет въездного агротуризма можно привлечь в страну дополнительно 4 млрд долл. в год.

Если принять во внимание, что отдых в сельском гостевом доме обходится в 4-5 раз дешевле зарубежного тура, на сельский отдых могут переориентироваться не менее 10% отдыхающих за рубежом россиян (около 1,1 млн человек). При этом 1,5 млрд долл. (в расчете на год) не будут вывезены за рубеж. Выручка хозяев сельских домов составит более 8 млрд руб. в год, а налоговые поступления в бюджет – 0,5 млрд. Конечно, это приблизительные расчеты, тем не менее они показывают, что новое направление туризма может быть привлекательным для экономики села.

Однако, несмотря на хорошие перспективы, у сельского туризма в России есть и ряд проблем. Среди них – недостаточность поддержки сельского туризма как отрасли экономики, отсутствие комплексного подхода к развитию туристского потенциала, недостаточность развития нормативно-законодательной базы, отсутствие эффективного механизма управления, недостаточность развития туристской инфраструктуры, отсутствие научных данных, позволяющих прогнозировать развитие рынка в сфере сельского туризма и влиять на туристскую деятельность, отсутствие системы оценки качества услуг сельского туризма, низкий уровень информационно-консультационных услуг из-за непрофессионализма кадров.



Праздник в бурятском поселении

В целях повышения туристической привлекательности сельских территорий необходимы следующие меры: создание агротуристских кластеров; проведение образовательных мероприятий (курсы повышения квалификации, обучающие семинары, мастер-классы, тренинги) для владельцев сельских гостевых домов, представителей крестьянских (фермерских) хозяйств, индивидуальных предпринимателей, сельских жителей, занятых в организации и предоставлении туристских услуг в сельской местности; освещение в средствах массовой информации лучшего опыта и наиболее успешных проектов по развитию сельского туризма.

Наша страна – это огромная территория с большим культурным, природным и этническим разнообразием: кавказские села даже внешне отличаются от северных деревень или бурятских поселений. Такого разнообразия нет ни в одной стране мира, и при создании необходимых условий и развитой инфраструктуры сельского туризма есть все шансы для того, чтобы в будущем Россия стала одним из мировых лидеров в этой отрасли.

1. РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

По данным общероссийского информационного ресурса *насело.рф*, посвященного развитию муниципальных образований, за последние 30 лет с карты России исчезли 37 тыс. сел и деревень. Это огромный урон для страны, так как с разрушением села теряется духовная основа России. Сельская местность обладает мощным природным, демографическим, экономическим и историко-культурным потенциалом, который при более полном, рациональном и эффективном использовании может обеспечить устойчивое многоотраслевое развитие, полную занятость, высокие уровень и качество жизни сельского населения.

Территория России превышает 17 млн км^2, из которых 402,6 млн га (23,6%) – земли сельскохозяйственного назначения, в том числе 220,6 млн га (12,9%) – сельскохозяйственные угодья, из них 121,6 млн га – пашня.

Благодаря уникальным природно-климатическим условиям в сельских районах некоторых субъектов Российской Федерации имеются большие потенциальные возможности для использования возобновляемых источников энергии: солнца, ветра, биогаза.

Демографические ресурсы сельских территорий составляют 38 млн человек (27% общей численности населения), в том числе трудовые ресурсы – 23,7 млн; плотность населения низкая – 8,3 человек на 1 км^2.

Поселенческий потенциал насчитывает 152,9 тыс. населенных пунктов, из которых в 142,2 тыс. жители проживают постоянно. Сельское расселение имеет мелкодисперсный характер: в 72% населенных пунктов численность жителей менее 200 человек, и только в 2% – свыше 2 тыс.

В сельской местности сосредоточены объекты историко-культурного наследия народов Российской Федерации. Сельское население является хранителем традиционной культуры страны.

Село как социально-территориальная подсистема общества выполняет ряд важнейших общенациональных функций:

- производственную – удовлетворение потребностей общества в продовольствии и сырье для промышленности, в продукции лесного, охотничье-промыслового и рыбного хозяйства, другой несельскохозяйственной продукции;
- демографическую – пополнение демографического потенциала страны;
- трудоресурсную – обеспечение города рабочей силой, прежде всего на рабочих местах, не востребованных горожанами; использование на городских предприятиях трудоспособного сельского населения, проживающего в пригородах; привлечение трудоспособного сельского населения для работы на предприятиях (филиалах) размещаемых в сельской местности городскими хозяйствующими субъектами;
- социально-культурную – воспроизводство историко-культурных ценностей, сохранение и развитие традиционной культуры народов Российской Федерации;
- природоохранную – поддержание экологического равновесия на всей территории страны, сохранение, восстановление и улучшение потенциала живой природы – почвы, воды, растительности, атмосферы, сохранение природных и культурных ландшафтов, содержание заповедников, заказников, национальных парков;
- рекреационную и агрорекреационную – размещение в сельской местности учреждений отдыха, оздоровления и ту-

ризма, дач и садово-огородных участков горожан, другие формы отдыха на природе, предоставление в пользование рекреационным учреждениям и отдельным гражданам на время отдыха объектов сельской социальной и инженерной инфраструктуры;

- жилищную – размещение на сельских территориях жилых домов граждан, имеющих доходное занятие в городе, предоставление им в пользование объектов сельской социальной и инженерной инфраструктуры;
- пространственно-коммуникационную – строительство и обслуживание дорог, линий электропередач, связи, водопроводов и других инженерных коммуникаций;
- социального контроля над территорией – содействие органам государственной власти и местного самоуправления в обеспечении общественного порядка и безопасности на малолюдных территориях и в поселениях, охране пограничных зон, недр, земельных, водных и лесных ресурсов, флоры и фауны.

Выполнение селом указанных функций – важнейшее условие успешного социально-экономического развития страны.

Потенциал сельского туризма в России:

- богатое этническое и природное разнообразие страны;
- привлекательный историко-культурный потенциал регионов;
- большие сельские территории с уникальными природно-климатическими условиями;
- благополучное экологическое состояние большинства сельских поселений;
- сохранность традиционной культуры этносов в ряде регионов;
- выраженная потребность россиян обратиться к своим национальным корням.

Сельский туризм начал развиваться в России в 1990-х годах. Туристический потенциал во многих регионах стал двигателем предпринимательской и социальной активности сельского на-

селения. Инициативы по созданию туристических объектов в регионах разнообразны и развивают такие виды деятельности, которых никогда не было в практике сельских поселений. Например, ферма страусов в Серпуховском районе Московской области, восстановленная на недействующей сельской ферме. Фермер не только продает населению яйца и мясо страусов, но и организовал замечательную туристическую забаву. На ферме проводятся мастер-классы по раскрашиванию яиц и перьев, дети кормят страусов, знакомятся с их повадками, наблюдают за ними.

Сельский туризм активно развивается в Ярославской, Вологодской, Белгородской, Калининградской, Калужской и Псковской областях, Краснодарском и Алтайском краях, Республике Башкортостан. Специалисты турбизнеса прогнозируют небывалый рост сельского туризма, для которого в сельских поселениях есть огромные ресурсы. Регионы не только развивают сельский туризм как новый вид сельского предпринимательства, но и разрабатывают региональные программы развития туризма в сельских поселениях и выделяют средства на их реализацию.

В Ярославской области есть целые деревни, в которых все желающие могут пройти мастер-классы по разным народным промыслам. В Псковской области большой популярностью пользуется деревня, где работает огромная баня на 30 человек. Иностранные туристические группы заезжают туда по дороге из Питера в Москву. По популярности этот туристический объект может конкурировать с национальными музеями. Жители Углича активно создают частные музеи кукол, водки, чайников. Таких музеев в городе уже более 30, а список экспонатов в них весьма разнообразен.

Наверняка, подобные возможности есть у каждого села. Главное — позиционировать своё дело как туристический объект и активно его продвигать, привлекая потенциальных партнеров и клиентов. Доход будет зависеть от усилий и фантазии, ведь туризм — это продажа новых впечатлений и положительных эмоций.

Алтайский край – один из крупнейших в России и самый крупный за Уралом сельскохозяйственный регион. С учетом значения сельских территорий в экономике региона и тенденций федеральной политики сельского развития в 2001 г. была принята долгосрочная целевая программа «Устойчивое развитие сельских территорий Алтайского края на 2012-2020 годы».

Белгородская область является одним из российских лидеров в области сельского развития. Успехи достигнуты благодаря кластерному подходу к развитию социальной инфраструктуры села. Основная его цель – создание условий для сохранения нормального сельского уклада в регионе. В области действует система целевых программ, направленных на комплексное развитие сельских территорий: создание сельских парков, поддержка сельского туризма и семейных ферм. Сохранена и успешно развивается система потребительской кооперации.

Вологодская область исторически была одним из значимых центров производства продукции сельского хозяйства в Нечерноземной зоне, особенно молочной продукции и продукции льноводства. Однако в годы структурной перестройки экономики сельские территории региона столкнулись с теми же проблемами, что и большинство областей Нечерноземья.

Концепция устойчивого развития сельских территорий, принятая на федеральном уровне, стимулировала разработку Концепции устойчивого развития сельских территорий Вологодской области на период до 2020 г., принятой 31 января 2011 г., также в регионе разработана программа «Развитие агропромышленного комплекса и потребительского рынка Вологодской области на 2013-2020 годы».

Свердловская область, является промышленным регионом, однако её сельские территории обладают значительным потенциалом. На его раскрытие направлена утвержденная 27 октября 2011 г. областная целевая программа «Развитие агропромышленного комплекса и сельских населенных пунктов Свердловской области («Уральская деревня») на 2012-2015 годы». Для достижения целей программы предполагается ре-

шить два десятка задач, которые распределены по двум подпрограммам: «Устойчивое развитие сельских населенных пунктов Свердловской области» и «Развитие агропромышленного комплекса Свердловской области». Финансирование основной части мероприятий осуществляется в рамках областной целевой программы «Уральская деревня». Часть мероприятий финансируется в рамках других целевых программ, заказчиками-координаторами которых являются исполнительные органы государственной власти Свердловской области. Таким образом, программа «Уральская деревня» носит межведомственный рамочный характер, объединяет все мероприятия по развитию сельских территорий, осуществляемые региональными министерствами и ведомствами.

Тамбовская область – аграрный регион, широко использующий международные связи для решения задач сельского развития. Администрацией области при поддержке министерства продовольствия, сельского хозяйства и рыболовства Франции в 2008 г. была разработана программа сотрудничества в области устойчивого развития сельских территорий, включающая в себя пять направлений:

- стимулирование и поддержка местных инициатив как основы для разработки плана развития территорий;
- разработка региональной политики устойчивого развития сельских территорий, средне- и долгосрочное планирование, распространение опыта;
- структуризация этапов развития сельского туризма;
- формирование управленческого состава в сфере развития сельских территорий;
- управление программой развития сельских территорий.

Итоги данной работы легли в основу программы устойчивого развития Тамбовской области и трех ее пилотных районов.

В Хабаровском крае в июне 2012 г. принята целевая программа «Устойчивое развитие сельских территорий Хабаровского края на 2013-2020 годы», ориентированная на направления ФЦП «Устойчивое развитие сельских территорий на

2014-2017 годы и на период до 2020 года». В качестве регионального компонента усилены мероприятия по развитию сферы социально-бытового обслуживания в сельской местности, информационно-консультационному обслуживанию жителей села, подготовке кадров.

Туризм в Калужской области – важная часть индустрии развлечений и активного отдыха. Помощником в его развитии стала провинция. Для желающих отдохнуть на природе в самых живописных местах Калужской области работает множество гостевых домов. В каждом из них туристам готовы предложить комфортное размещение, отдых без отрыва от благ цивилизации и «эксклюзивные» услуги – лечение козьим молоком, охоту, рыбалку, пешеходные экскурсии, русскую баню и многое другое. С 2011 г. в области реализуются долгосрочная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Калужской области на 2011-2016 годы», утвержденная постановлением правительства Калужской области от 25.08.2010 № 341 (общий объем финансирования 5,6 млрд руб. за счет всех источников финансирования за период реализации программы) и ведомственные целевые программы «Формирование и продвижение туристического продукта Калужский области на внутреннем и внешнем рынках» (общий объем финансирования за 2011-2013 гг. – 19,7 млн руб.), «Развитие школьного и спортивного туризма» (общий объем финансирования за 2011-2013 гг. – 16,03 млн руб.). Среди прочих целевых индикаторов и показателей следует выделить показатель количества объектов сельского (аграрного) туризма, который входит в перечень плановых показателей эффективности деятельности органов местного самоуправления.

В Калужской области действуют эффективные меры государственной поддержки развития туризма в сельской местности. Министерством спорта, туризма и молодежной политики Калужской области в соответствии с постановлением правительства Калужской области от 20.06.2011 № 329 «Об утверждении Положения о порядке предоставления субсидий на разви-

тие материально-технической базы в рамках долгосрочной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Калужской области на 2011-2016 годы» предоставляются субсидии на компенсацию части затрат:

- на работы, связанные со строительством, реконструкцией, ремонтом и обустройством объектов аграрного туризма (жилых помещений);
- на работы, связанные со строительством, реконструкцией, ремонтом и обустройством недвижимого имущества объектов аграрного туризма, используемых для оказания комплекса туристско-экскурсионных услуг (благоустройство территории субъекта аграрного туризма);
- на работы, связанные с развитием инженерной инфраструктуры объектов аграрного туризма;
- на приобретение оборудования, инвентаря и других объектов движимого имущества, используемых для оказания комплекса туристско-экскурсионных услуг.

С 2014 г. все регионы Российской Федерации имеют возможность не только развивать туризм в сельских поселениях, но и получать государственную помощь для реализации данной инициативы. Минсельхоз России в рамках реализации федеральной целевой программы «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года» оказывает грантовую поддержку местных инициатив граждан, проживающих в сельской местности. Субсидии на гранты предоставляются сельским поселениям на основе конкурсного отбора по следующим направлениям:

- создание и обустройство зон отдыха, спортивных и детских игровых площадок;
- сохранение и восстановление природных ландшафтов, историко-культурных памятников;
- поддержка национальных культурных традиций, народных промыслов и ремесел.

Сельские поселения могут получить субсидии на восстановление и сохранение культурно-исторический памятников,

развитие народных промыслов и ремесел, которые не только сохраняют самобытность российского села, но и привлекают туристов.

Грантовая поддержка местных инициатив граждан, проживающих в сельской местности, впервые была оказана Минсельхозом России в 2014 г. 23 субъектам Российской Федерации; в 2015 г. из федерального бюджета будут поддержаны гражданские инициативы 33 субъектов Российской Федерации. Под грантом понимаются средства государственной поддержки, предоставляемые на безвозмездной и безвозвратной основе органу местного самоуправления сельского муниципального образования на реализацию общественно значимого проекта с участием граждан, проживающих в сельском поселении. При этом размер гранта составляет не более 60% общей стоимости проекта и не может превышать сумму 2 млн руб. Гранты предоставляются на условиях софинансирования за счет средств федерального и республиканского бюджетов. Уровень софинансирования средств федерального бюджета определяется нормативным правовым актом Министерства сельского хозяйства Российской Федерации. Финансовое обеспечение оставшейся части стоимости проекта осуществляется за счет средств местного бюджета, а также обязательного вклада граждан и юридических лиц (индивидуальных предпринимателей) в реализацию проекта в различных формах (денежные средства, трудовое участие, предоставление помещений, технических средств и др.).

Критериями оценки проектов являются:

- востребованность – проект должен быть направлен на решение наиболее значимой проблемы местного сообщества и отвечать интересам широкого круга его представителей с учетом интересов наиболее социально незащищенных групп;
- локальность и краткосрочность – реализация проекта должна осуществляться в границах отдельно взятого сельского поселения в течение не более 12 месяцев с момента получения гранта;

• разумные затраты – реализация проекта не должна быть связана со значительными вложениями средств, не обеспеченных источниками финансирования;

• социальное партнерство – предусматривает привлечение местных трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов;

• социальный эффект – обеспечивает улучшение социальной среды обитания в сельском поселении.

Отбор осуществляется комиссией по отбору районных муниципальных образований, образуемой уполномоченным органом, и проводится ежегодно.

Грантовая поддержка местных инициатив граждан, проживающих в сельской местности, очень важна, не только с финансовой точки зрения, но и для приобретения сельским сообществом опыта в инициации проектов, коллективного решения задач и участия жителей в развитии поселения.

2. ФОРМИРОВАНИЕ ИНИЦИАТИВЫ СЕЛЬСКОГО ПОСЕЛЕНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Определение проблем сельского поселения и организация сообщества для их решения

Местная инициатива сельского сообщества – это разработанный с участием сельских жителей проект, раскрывающий возможности решения вопросов местного значения, осуществление которого предполагает участие местного населения, сельских предпринимателей, других заинтересованных лиц и организаций. В сельском поселении много проблем: от слабо развитой инфраструктуры до бедности населения, которая связана с низкими доходами. Для жителей поселения актуальны следующие:

- проблемы семьи (не организован культурный досуг для семей, алкоголизм в семьях, отсутствие мотивации к работе и др.);
- отсутствие работы для молодежи, вернувшейся в села после обучения;
- благоустройство (бытовые отходы, загрязненность, отсутствие зон отдыха);
- инфраструктура (плохое качество связи, мостов, дорог);
- низкое качество и скудный ассортимент социальных услуг.

Быстро и эффективно решить проблемы, которые накапливались годами невозможно. Сельскому сообществу необходимо определиться, какие виды деятельности надо развивать, какие

проекты перспективны и малозатратны, лучше используют местные ресурсы, вовлекают большое количество сельских жителей и могут наглядно показать изменения, произошедшие в жизни людей и поселения за сравнительно короткий срок. Сельский туризм – это один из видов предпринимательства, который соответствует названным ожиданиям и действительно обладает мультипликативным эффектом.

В России сельский туризм развивается как инициатива «снизу-вверх» с конца 1990-х годов и динамика его развития показывает, что надо придерживаться данной практики. Идея может исходить и от местной администрации, но далее надо опираться на инициативу сельских жителей, так как только это может привести к успеху. Для того, чтобы преодолеть социальную апатию и пессимизм жителей сельских территорий необходимо создать устойчивый гражданский актив, который будет не только развивать сельский туризм как вид бизнеса, но и повысит уровень доверия к местной власти и создаст площадку для совместной работы органов муниципальной власти и гражданских активистов для улучшения качества жизни. Сельские поселения занимают особое место в общей системе местного самоуправления. Являясь одним из типов муниципальных образований, они играют важную роль в формировании единого каркаса сельской территории как региона, так и страны в целом. Сельские поселения многообразны по составу, различаются размерами, численностью населения, административным статусом, наличием сельских населенных пунктов, отраслевым характером территории, хозяйственной спецификой территории. Другими словами, сельское поселение представляет собой структурированную социально-экономическую систему управления, связанную в общей системе стратегического планирования территорий множеством горизонтальных, вертикальных и обратных связей, функционирующую и развивающуюся в рамках стратегических ориентиров региона и муниципального района, на территории которого оно находится, проводимой государственной политики и действующего законодательства,

регулирующих деятельность сельских поселений, и состоит из следующих основных элементов:

- территория, в пределах которой осуществляется местное самоуправление;
- население и выборные органы, осуществляющие от его имени местное самоуправление на данной территории;
- муниципальная собственность, выступающая в качестве материально-финансового обеспечения деятельности органов местного самоуправления и инструмента регулирования местной экономикой;
- устав сельского поселения и иные нормативные правовые акты, определяющие собственно законодательную базу муниципального образования.

Общие принципы, цели и задачи муниципального управления в сельской местности в современных рыночных условиях аналогичны городским и направлены, главным образом, на повышение уровня и качества жизни местного населения, создание благоприятных социально-экономических условий его жизнедеятельности.

Если сельское сообщество решило проявить инициативу по организации туризма в поселении, то оно должно быть готово приступить к планированию его развития. Успешное развитие сельского туризма зависит от следующих факторов:

- возможность привлечения туристов в поселение (т.е. в село и окружающую его область);
- обеспечение приятного пребывания туристов в поселении, которое отвечает их ожиданиям (а лучше, превышает их). Это приведет к повторным посещениям и позитивной рекламе «из уст в уста», которая считается одной из самых эффективных форм продвижения турпродукта (однако этот пункт не должен быть переоценен, так как известно, что если туристу понравилось, он расскажет об этом еще трем потенциальным туристам, а если не понравилось, расскажет десятерым);
- задержание туристов в поселении на более длительный срок;

- удовлетворение потребностей и интересов местных жителей, вовлечение их в организацию, контроль и предоставление туристических услуг;
- обеспечение инициативности и лидерства местных жителей, организации и планирования устойчивого развития туризма.

Сообществу сельского поселения с самого начала необходимо определиться с ответом на вопрос: какова цель развития сельского туризма в поселении:

- сохранение или возрождение сельского поселения;
- возможность диверсификации сельской экономики;
- и то, и другое.

Это важный вопрос, так как на основе ответа на него строится вся последующая деятельность по организации сельского туризма: от определения туристических объектов до выбора партнеров и организаций для совместной деятельности.

К первой группе относятся поселения, имеющие культурно-историческую ценность, и их возрождение сопровождается сохранением культурно-исторических объектов и организации туризма с посещением музеев, мемориалов, участием в событийных мероприятиях. Примером может служить организация сельского туризма в селе Гагино, Сергиев-Посадского района Московской области, где сохранился храм, в котором венчался Федор Иванович Шаляпин и ежегодно в июле проводится «Шаляпинский фестиваль», или село Тимониха, Харовского района Вологодской области, где жил и работал русский писатель Василий Белов, сохранился его дом и т.д.

Вторая группа включает в себя большие поселения в регионах с развитым аграрным сектором, где население теряет работу в агропромышленном комплексе из-за внедрения инновационных технологий и техники. В таких поселениях сельский туризм является альтернативным источником занятости, особенно для женщин и молодежи. В данной группе наиболее

успешен туризм в поселениях Алтайского, Краснодарского и Ставропольского краев, Белгородской области.

Сельский туризм эффективно работает при предоставлении комплекса информации и услуг потенциальным клиентам. Отдельные гостевые дома никогда не будут по-настоящему эффективны, поэтому важно учитывать региональную стратегию развития сельского туризма и использовать возможности сотрудничества и обмена опытом (рис. 2).

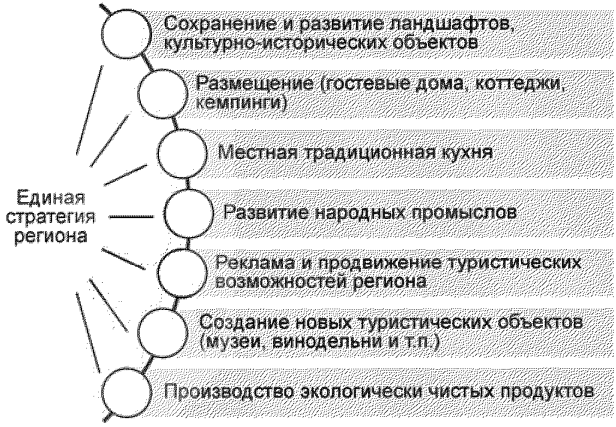

Рис. 2. Единая региональная стратегия развития сельского туризма

Для практической реализации инициативы организации сельского туризма как проекта изменения жизни сельского поселения необходимо следующее:

- определение своих потребителей/туристов и выбор услуг, соответствующих их пожеланиям;
- подготовка списка задач по каждому виду деятельности: основные услуги – проживание и общественное питание; дополнительные – транспорт, развлечения, торговля, информация и т.д.; координация, маркировка объектов сельского туризма; безопасность и порядок и др.;

• оценка необходимых ресурсов и расчет минимальных бюджетов для повышения качества и модернизации отопления, водоснабжения, электроэнергии, утилизации отходов и др.;

• проверка целесообразности предоставления услуг и видов деятельности;

• определение возможных рисков и принятие их во внимание;

• активное управление новым видом деятельности в поселении;

• изучение предложения услуг в сельском туризме в соседних регионах и на национальном уровне;

• разработка ценовой политики и предложение цен, адекватных предоставленным услугам;

• организация торговли туристическими продуктами (сувениры и сопутствующие товары для путешественников);

• оказание туристических услуг;

• управление потоками туристов, контроль соответствия предоставленных услуг пожеланиям и ожиданиям туристов.

Привлечение туристов, предоставление качественных услуг возможны только при тщательном планировании, совершенных управлении и организации туризма в сообществе. Это обеспечит условия для эффективного развития туризма (региональное сотрудничество, финансовая поддержка, участие сообщества). Для эффективного управления и реализации инициативы развития сельского туризма рекомендуется организовать местную инициативную группу (рис. 3).

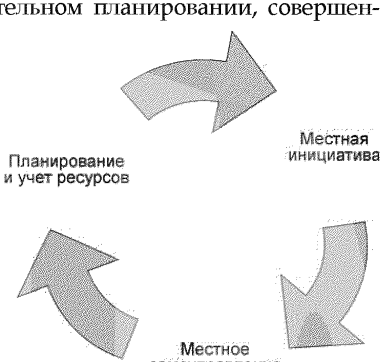

Рис. 3. Начальный этап процесса реализации инициативы организации сельского туризма

Организация местных инициативных групп (МИГ)

Местная инициативная группа – это формальное объединение, которое несет ответственность за инициирование, планирование и оценку туристической деятельности в сельском поселении на постоянной основе. Местные инициативные группы могут значительно варьироваться от одного поселения к другому.

Основная задача местной инициативной группы – проведение на демократической основе:

- отбора и рассмотрения местных инициатив по развитию туризма в поселении;
- подготовки предложений по их реализации и финансированию;
- мониторинга реализации бизнес-инициатив и распространения положительного опыта.

Инициативы по развитию сельского туризма в поселении должны:

- быть простыми, инновационными и устойчивыми, обеспечивать развитие на местном уровне;
- понятными и открытыми для местного населения;
- развивать спрос на местном уровне, а не предложения;
- требовать минимальных сроков реализации и финансовых затрат;
- демонстрировать желание вкладывать собственные средства, время и работу в реализацию;
- быть доступными для изучения опыта.

Порядок сбора и рассмотрения инициатив:

- инициативы собираются каждым членом местной инициативной группы от разных групп населения: местных предпринимателей, фермеров, молодежи, женщин и др.;
- собранные инициативы разделяются по направлениям (торговля, услуги, сельское хозяйство, инфраструктура и т.д.) и бюджету;
- МИГ совместно с главой администрации района и консультантами региональной службы сельскохозяйственного

консультирования принимает решение о приоритетных инициативах развития сельского туризма и формах их реализации;

- для авторов инициатив организуется обучение или стажировка, оказывается консультационная деятельность для оформления бизнес-идеи в бизнес-проект;
- администрация формирует фонд, который служит первоначальным ресурсом для финансирования бизнес-идей местной инициативной группы;
- сбор инициатив, их рассмотрение, отбор и реализация проводятся открыто, информация освещается в местной печати и доступна местному населению.

На ранних стадиях развития сельского туризма члены инициативной группы, скорее всего, будут волонтерами, т.е. заниматься его организацией будут добровольно, бесплатно, в свободное время. Со временем, когда туризм будет успешно развиваться, функции местной инициативной группы могут стать обязанностями профессионального туристического персонала.

В организации сельского туризма в поселении важную роль играют представители администрации, НПО, врачи и ветеринары, священники, учителя школ и другие сельские специалисты, поэтому они и должны стать участниками первой инициативной группы. Затем в процессе реализации инициативы кто-то уйдет из группы, но придут новые люди из числа сельских жителей, которые будут вовлечены в организацию сельского туризма. Для эффективной работы инициативной группы желательно, чтобы ее члены:

- представляли интересы разных сторон;
- располагали временем для добровольческой деятельности;
- обладали управленческими и другими навыками, необходимыми для достижения определенных целей;
- были заинтересованы в улучшении жизни сообщества;
- умели и хотели работать в команде;
- могли наладить взаимодействие со СМИ.

Инициативная группа принимает участие в анкетировании, обработке анкет и планировании деятельности, направленной

на улучшение качества жизни жителей поселений. Возможно, на первом этапе придется потратить много усилий, чтобы получить данные по приоритетным для граждан вопросам, но появятся новые возможности: сообщество может решить собирать собственные данные вместо того, чтобы полагаться на имеющиеся источники. Граждане смогут выбрать те индикаторы, которые лучше всего отвечают их потребностям. Также активисты сообщества могут договориться с организациями, органами власти более высокого уровня, чтобы именно они стали источником данных, лучше всего отражающих заботы граждан.

Эффективное вовлечение граждан в процессы управления — это тяжелый труд в любой стране, но труд, за который, безусловно, следует браться. Несмотря на богатый опыт Евросоюза, реализация программы ЛИДЕР показала, что зарубежные сообщества все еще прилагают значительные усилия для вовлечения граждан в процессы управления, используя для этого помощь чиновников, сотрудников и добровольцев из общественных организаций. В тех западных сообществах, где эта работа не проводится, вовлечение граждан минимально, и чиновники жалуются на пассивность населения так же, как и в России. Например, муниципальные образования в Сибири, которые уделяют внимание информации и продолжают заниматься вовлечением граждан, обнаруживают, что их усилия позволяют принимать решения, решать проблемы сообщества и делать общественные услуги более «отзывчивыми» на приоритеты граждан и потребности сообщества. Работая сообща, в партнерстве, участники инициативной группы определяют общие цели и задачи, достигают взаимопонимания, преодолевают взаимный антагонизм и постепенно формируют отношения, основанные на доверии и сотрудничестве. Во всем мире организации и отдельные люди работают в партнерстве, так как это позволяет:

- находить новые решения, получить законный доступ к целому ряду навыков и умений; многие находят в этом сотрудничестве вдохновение и новые знания;

• обнаруживать новые механизмы финансирования и софинансирования, а также получить доступ к нематериальным ресурсам в виде услуг и продуктов;

• получать реальные устойчивые результаты партнерствам, в которых все участники задействованы в процессе позитивных изменений;

• объединить ресурсы власти, бизнеса и общественности.

Роль местной администрации и законодательного органа в этом процессе заключается в том, чтобы поощрять активность членов сообщества и поддерживать их усилия. Нужно уделять как можно больше внимания созданию таких условий, которые побуждают членов сообщества принимать на себя ответственность за организацию и проведение мероприятий.

Преимущества МИГ

МИГ как организация представителей общественности:

• помогает оценить затраты и выгоды от туризма для различных секторов экономики (коммерческие, общественные, некоммерческие);

• гарантирует, что широкий спектр идей и интересов общественных групп, а также широкой общественности рассматривается в процессе планирования туризма;

• позволяет держать сообщество в курсе новых туристических инициатив. Каждый член МИГ выстраивает общение с группами населения так, как считает необходимым и наиболее эффективным. Это помогает воспитывать местное население (не уговаривать участвовать в процессе, а предлагать проявить инициативу);

• помогает членам сообщества работать вместе, чтобы найти наиболее эффективный подход к развитию туризма;

• берет на себя ответственность за выявление целей туризма, координацию интересов и их реализацию.

Сфера туризма охватывает не одну группу сообщества или сектор экономики. Следовательно, члены МИГ должны пред-

ставлять коммерческий, общественный и некоммерческий секторы, а также интересы широкой общественности. Например, функции торговых организаций в сельском туризме известны. В то время как ассоциации фермеров, организующие в регионе ежегодные ярмарки, способствуют притоку туристов, однако не осознают этого. Эти и другие группы могут обеспечить управление, необходимое местной инициативной группе сельского поселения.

Задачи МИГ

Члены МИГ должны иметь четкое понимание потребностей общества, а именно: что развитие сельского туризма может улучшить в поселении. Прежде чем приступить к организации туристических объектов, МИГ идентифицирует и выявляет приоритеты. Например, является ли сельский туризм:

- средством для увеличения доходов, увеличения налоговой базы и/или занятости в поселении;
- способом вызвать интерес к поселению и увеличить ресурсы, необходимые для сохранения исторического наследия;
- средством для создания нового имиджа сельского поселения, привлекая другие отрасли и содействуя экономической диверсификации.

Затем с учетом выявленных преимуществ члены МИГ должны прийти к согласию по основным направлениям организации туризма, необходимым для определения последующих усилий по планированию и развитию.

Местная инициативная группа может состоять из 9-12 местных жителей, каждый член МИГ должен взять на себя определенный вид деятельности (рис. 4).

Образование: улучшение информированности населения о сельском туризме, ознакомление жителей поселения с правилами гостеприимства, чтобы они могли эффективно работать в этой сфере.

Расширение бизнеса: выявление и создание возможностей для развития или улучшения туристических услуг.

Регулирование сельского туризма: общение с законодателями и должностными лицами из местных органов управления, знание правовых норм, влияющих на развитие туризма.



Рис. 4. Следующий этап процесса реализации инициативы организации сельского туризма

Благоустройство поселения: отбор проектов благоустройства поселения, особенно тех, которые улучшают качество окружающей среды и внешний облик поселения. Эти проекты предоставляют идеальные возможности для местных общественных групп, таких как клуб садоводов, молодежные группы и исторические общества.

Обучение гостеприимству: выявление путей совершенствования гостеприимства (для хозяев гостевых объектов и их сотрудников).

Рекламные акции: содействие сельскому сообществу в продвижении туристических продуктов поселения на целевых рынках.

Маркетинговые исследования: сбор информации о существующих и потенциальных конкурентах, рынках и разработка рекомендаций относительно целевых рынков.

Региональное сотрудничество: работа с представителями соседних поселений, районов с целью убедиться, что региональный сельский туризм развивается. Работа на региональном уровне дает возможность стать частью сети, обмениваться идеями и информацией с другими на благо всех.

Оценка: определение критериев для оценки эффективности реализации местной инициативы, индивидуального и общего воздействия туризма на жизнь поселения.

Местная инициативная группа последовательно планирует виды работ и дополнительно выполняет: тестирование туристического продукта в условиях пилотного объекта сельского туризма; подготовку рекламных материалов и акций; изучение обратной связи / отзывов хозяев гостевых домов и туристов; пересмотр плана действий организации сельского туризма по результатам анализа обратной связи; анализ развития туристического продукта и поиск новых видов туристической деятельности или производства туристических продуктов в сельском поселении.

Результатом деятельности местной инициативной группы должно быть предложение туристского продукта на уровне ожидания туристов, по примеру других регионов, практикующих туризм в сельской местности. Жители поселения становятся, таким образом, предпринимателями или исполнителями, и результатом их деятельности будут турпродукты или услуги. Важно отметить, что сельский туризм, как и индивидуальный, может быть организованным или спонтанным. В первом случае все будет организовано классическим способом. Переход от одного туристического объекта к другому осуществляется транспортными средствами (воздушный, корабль, катер, автомобиль, автобус) или на лошадях, ослах, тележках, специальных вездеходах, маленьких поездах узкой колеи, велосипедах, рыбацких лодках и т.д.

Спонтанные туристы в сельском туризме смогут использовать любое из упомянутых транспортных средств в зависимости от случая и доступности. Спонтанных (неорганизованных) туристов с каждым годом становится все больше, так как многие городские жители путешествуют на собственных автомобилях. Но приезжая в сельскую местность, они, как правило, используют местные виды транспорта для посещения местных достопримечательностей или участия в анимационных программах. Следовательно, в плане развития сельского туризма в поселении должно быть предусмотрено предоставление транспортных услуг.

3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА В СЕЛЬСКОМ ПОСЕЛЕНИИ

Когда местные инициативные группы организованы, а цели, приоритеты и задачи сформулированы, сообщество сельского поселения готово приступить к оценке, разработке и продвижению своих туристических возможностей. Процесс оценки развития сельского туризма, известный как процесс планирования туризма, включает в себя четыре вопроса:

1. Где мы сейчас?

Ответ даст анализ потенциала сельского поселения и его сообщества, а также рынка.

2. Где бы мы хотели быть?

Вопрос требует разработки образа сельского туризма и направления развития местной общины, а также определения целей развития туризма и широких стратегий для каждой цели.

3. Как это реализовать?

Посредством определения конкретных целей и планов действий по достижению цели, стратегии и образа, выявленных в шаге 2.

4. Как узнать, что развитие происходит правильно?

Это определяется на основе оценки результатов деятельности туризма, а также мониторинга, который позволяет установить и измерить эффективность и соответствие стандартам и принятым показателям.

Планирование туризма не одноразовое действие, а непрерывный процесс, где планирование происходит динамично, а

не последовательно и линейно. Это согласуется с характеристиками сельского туризма как большой динамической системы взаимосвязанных частей. Изменение в одном факторе, таком как туристическая достопримечательность, способно повлиять на все элементы туризма в поселении: от услуг до рекламы и транспорта. Так же и изменения в руководстве местной администрации, бизнеса и некоммерческих организаций приведут к новым идеям, привлечению других активов, и туристы будут меняться по мере развития туристических объектов.

Ступени в процессе планирования сельского туризма:

- анализ потенциала сельского поселения;
- анализ рынка;
- формирование образа сельского туризма поселения определение целей туризма и стратегий их достижения;
- определение конкретных целей и планов действий;
- мониторинг и оценка результатов (корректировка планов, если потребуется).

3.1. Ступень первая: анализ туристического потенциала сельского поселения

Анализ туристического потенциала должен дать следующую информацию:

- готовы ли местные жители и руководство к принятию сельского туризма как возможности развития экономики поселения;
- в какой степени используется имеющийся потенциал;
- какие возможности будут использованы и какие проблемы могут возникнуть при организации сельского туризма.

Цель анализа – определение сильных сторон и проблем каждого элемента туристической системы включая:

- отношения и ценности местного сообщества;
- достопримечательности и события;
- коммерческие услуги;
- государственные учреждения и услуги (инфраструктура);

- транспорт;
- коммуникации;
- регулирование и политика;
- местный бизнес- климат и демографию;
- наличие помещений для массовых мероприятий.

Для получения достоверной информации необходимо провести опрос местных жителей. В прил. 2 приведен профессионально подготовленный вопросник, рекомендованный для использования местными инициативными группами поселения.

Оценка сильных сторон и проблем, связанных с каждым из этих факторов, – трехступенчатый процесс, который включает в себя:

- определение всех достопримечательностей, коммерческих услуг, общественных сооружений и услуг, факторов коммуникации, транспорт, общепринятых правил / политики и общественных отношений, имеющих большое значение для туризма;
- создание двух списков, по одному для каждого из восьми элементов туризма, перечисленных выше. В первом перечислены сильные стороны туризма, во втором – возможные проблемы;
- ранжирование по спискам самых сильных сторон и актуальных проблем, связанных с каждым элементом процесса планирования.

Получение обратной связи от тех, кто вовлечен в процесс планирования сельского туризма является очень важным. Успешные встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами должны планироваться и осуществляться так, чтобы на них генерировалась необходимая информация и учитывались интересы всех участников. В анализе часто рекомендуется использовать термины «слабые» и «сильные» стороны туристических элементов, особенно если используется методика SWOT-анализа. Однако практика показала, что, называя слабые стороны сельского туризма проблемами, местная инициативная группа будет искать пути их решения, тем самым изменяя психологическое отношение к ним.

Сильными сторонами туризма в сельском поселении являются любые туристические элементы, которые привлекают, оказывают услугу, помогают или удовлетворяют туристов. Каждое сельское поселение имеет свои сильные элементы, например, красивый пейзаж, культурная или историческая достопримечательность, производство народных промыслов или недавно расширенная библиотека. Однако ни один элемент не может считаться сильным, если он каким-то образом не поддерживает туризм. Некоторые сильные туристические элементы сообщества могут находиться за пределами поселения. Например, туристов, путешествующих на озеро Неро и в город Ростов Великий, может привлечь сельское поселение, расположенное на некотором расстоянии от достопримечательности, но оказывающее качественные туристические услуги, включающие в себя проживание, питание и организацию досуга.

Проблемы ослабляют туристический потенциал сельского поселения. Это может быть негативная характеристика тех факторов, которые определены в качестве сильных сторон. Например, сельское поселение имеет историческую значимость, но никто за пределами местного сообщества об этом не знает, на въезде в поселение располагается полуразрушенная ферма, а пейзаж вокруг поселения непривлекателен. Инициативы, которые не задействованы, также становятся проблемой. Если предложено организовать мероприятие для продвижения культурного наследия поселения, но для этого ничего не сделано, то идея становится нерешенной проблемой.

Определить общие проблемы развития туризма нетрудно. Например, если туристы не остаются в поселении на продолжительное время, то необходимо понять, почему это происходит (низкое качество гостевых домов, отсутствие досуга и т.д.). Чем конкретнее определены проблемы, тем легче будет найти пути их решения. То же относится и сильным сторонам, чем конкретнее они идентифицированы, тем легче их развивать. Объективность со стороны руководителей общин является не-

обходимым условием для оценки сильных сторон и решения проблем.

Ключом к пониманию того, что сельское поселение может предложить туристам, – взгляд на поселение глазами потенциальных посетителей. То, что житель села находит привлекательным может быть непривлекательным для туриста. И наоборот, то, что житель села считает само собой разумеющимся, может иметь большое значение для туриста.

Анализ отношений и ценностей местного сообщества показывает, что поддержка местным сообществом инициативы развития сельского туризма очень важна. Поддержка местного сообщества означает гостеприимство, которое привлекает посетителей, и, следовательно, создает положительный имидж поселению, что приведет к повторным посещениям и дальнейшему росту количества туристов. С другой стороны, некоторые сельские жители считают неприемлемым, что посторонние люди свободно посещают их святыни или особо почитаемые места. Чтобы предупредить конфликты между местными жителями и туристами в дальнейшем, местной инициативной группе необходимо с самого начала определить, какие места в поселении свободны для посещения, а какие нет. Это особенно важно для развития сельского туризма на Северном Кавказе, где в каждом селе есть «святые» места.

Анализ достопримечательностей и местных исторических событий предполагает инвентаризацию особенностей сельского поселения и его окрестностей, которые подчеркивают аутентичность поселения и привлекают или имеют потенциал для привлечения посетителей.

Достопримечательности – это основные туристические активы сельского поселения, местного сообщества и региона в целом, формирующие тематику сельского туризма поселения. Местным жителям некоторые из них могут казаться обычными, но быть привлекательными для посетителей. Это может быть деревянный храм средневековой архитектуры, горный пейзаж или источник минеральной воды.



Церковь Спаса Преображения (1786 г.)
в селе Турчасово Архангельской области

Чтобы понять ценность местных достопримечательностей, нужно определить:

- Кто в настоящее время посещает поселение?
- Что привлекает посетителей?
- Что они делают в поселении во время пребывания, участвуют ли в местных событиях?
- Являются ли они путешественниками по пути к другому месту?
- Является ли поселение временной остановкой, одной из нескольких в вашем регионе?

Проводя инвентаризацию достопримечательностей и анализ истории сельского поселения, необходимо учитывать региональные или соседние достопримечательности. Инвентаризацию следует проводить постоянно, так как реализация туристических услуг, мониторинг, оценка и корректировка планов действий требуют обновленной информации, особенно по спросу и предложению в местном туризме.



Колядки в Березняковском сельском поселении (Сергиево-Посадский район Московской области)

Анализ коммерческих и государственных услуг, инфраструктуры поселения – это оценка местного бизнеса и структур, оказывающих услуги туристам и получающих серьезные экономические результаты.

Распространено мнение, что туристы тратятся в основном на питание и проживание. Однако многие другие предприятия также выигрывают от туризма. Поэтому необходима детальная инвентаризация всех гостевых домов, гостиниц, кафе, магазинов, аптек, сервисных автослужб и т.д. Во время инвентаризации необходимо обратить внимание на удобное размещение туристов; часы и сезон работы; вместимость (кафе, аттракционы); количество комнат, доступных для проживания; должную подготовку сотрудников, скорость обслуживания и другие характеристики фонда услуг поселения. Если некоторые услуги в поселении не предоставляются, но есть спрос туристов на них, необходимо подумать, как будет решен вопрос. Это могут быть мобильные услуги или организация комплексного оказания услуг (стирка, химчистка, парикмахерская и др.).

Часто прачечная самообслуживания оказывается востребована местными жителями и дачниками. Кафе и станции технического обслуживания могут получать бóльшую часть своего дохода от местных жителей, поэтому предоставляемые услуги общественного питания, розничных магазинов, развлекательных центров должны быть ориентированы не только на туристов, но и на местное население. Необходимо обратить внимание на комплементарность оказания услуг и достопримечательности поселения. Например, нет смысла в организации фестиваля на три дня, если в поселении есть несколько номеров в отеле и пара гостевых домов для размещения туристов.

Увеличение посещаемости сельского поселения усилит нагрузку на коммунальные службы и государственные услуги, поэтому необходимо серьезно оценить способность инфраструктуры поселения не только удовлетворять требования туристов, но и сохранять уровень и качество предоставляемых услуг. Отсутствие такой оценки может привести к отрицательным последствиям, таким как снижение напряжения в электросети, недостаток питьевой воды и т.д. Должна быть проведена качественная и количественная оценка транспортных услуг с учетом перевозок туристов по поселению, в соседние населенные пункты, региональный центр, к местам проведения мероприятий, аттракционам и гостевым домам.

Оценка коммуникационной стратегии

В связи ростом осведомленности путешественников для них становятся важными количество и качество информации. Недостаточно использовать метод, который предполагает, что всем туристам нужна одна и та же информация о достопримечательностях и услугах. Они стали более избирательны, решая, куда поехать в путешествие.

Туристам нужна информация в двух случаях:

- до прибытия в сельское поселение – о предлагаемых услугах;

• во время пребывания в поселении – толкование информации, знаков, экскурсий, карты поселения; доступ к интернету.

Местным жителям информация о своей общине и окрестностях нужна, чтобы быть эффективными хозяевами. Они могут использовать её при принятии решений об участии в развлекательных мероприятиях.

Представители местного бизнеса (туроператоры автобусных парков, менеджеры отелей) должны быть информированы о путешествиях, отдыхе и досуге в сельском поселении.

При этом важно учитывать доступность и точность следующей информации:

• письменная информация о поселении;

• о местоположении туристических объектов, стоимость и часы работы служб и достопримечательностей;

• расписание работы информационных центров;

• о турах на специальные достопримечательности (исторические районы, фермерские и охотничьи хозяйства);

• какой процент бюджета развития туризма в настоящее время расходуется на рекламу? На какой рынок они направлены? Являются ли эти усилия эффективными?

• в какой степени местные жители знакомы с рекламными материалами поселения?

Необходимо учитывать, что в туризме общение – это двусторонний процесс. Продвижение рекламы осуществляется от сельского поселения на рынки, а маркетинговые исследования туристических компаний обеспечивают поток информации от рынков обратно в пункты назначения.

Оценка государственного регулирования и политики

Все сельские общины имеют нормы или правила, положительно или отрицательно влияющие на развитие туризма. Государственные и федеральные нормативные правовые акты могут играть важную роль в формировании развития туризма как для государственного, так и частного сектора. Местная инициативная группа должна ответить на вопросы:

- Отвечают ли принятые в поселении текущие правила и политика современным требованиям?
- Какие правила отражают потребности туризма, а также местных жителей?
- Присутствует ли в поселении политика вмешательства в развитие бизнеса?
- Нужны ли новые экологические нормы для защиты туристических объектов и ресурсов?

3.2. Ступень вторая: анализ рынка

При планировании туризма необходимо рассмотреть два рынка – туристический и местный. Анализ потенциала сообщества показал, что каждый туристический объект может служить и местным жителям. При планировании развития сельского туризма в поселении местному сообществу важно, чтобы местный рынок тоже развивался. Кроме создания спроса для компаний и организаций, обслуживающих туристов, местные рынки важны и для тех, кто путешествует, чтобы навестить семью и друзей.

Общая цель исследования рынка состоит в определении условий, при которых обеспечивается наиболее полное удовлетворение спроса населения в туристских услугах и создаются предпосылки для эффективного их сбыта. В соответствии с этим первоочередной задачей изучения рынка является оценка текущего соотношения спроса и предложения на туристские услуги, т.е. конъюнктуры рынка.

Факторы формирования спроса на продукт устойчивого сельского туризма (по результатам маркетингового исследования потребительского рынка Москвы, проведенного Российской международной академией туризма).

Проблема формирования устойчивого внутреннего и внешнего спроса на продукт сельского туризма является одной из

основных задач развития туризма в Российской Федерации. В настоящее время в стране усилиями государственных структур и сельских предпринимателей формируется инфраструктура, появляются интересные предложения. Однако спрос пока нерегулярен.

В рамках Международного научного проекта «Разработка турпродукта, развитие рынка и Е-маркетинг сельского туризма» было проведено исследование потребительского рынка Московского региона путем анкетирования 1 тыс. респондентов в возрасте от 18 до 65 лет. В ходе исследования выявлено, что большинство опрошенных респондентов проявляют интерес к устойчивому сельскому туризму (78%). Забота о существовании в здоровой среде вызывает у москвичей все больший интерес (рис 5).

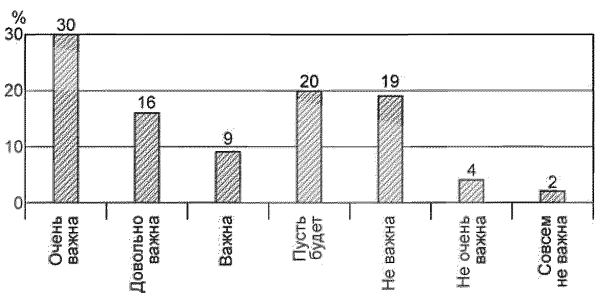

Рис 5. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Важна ли для Вас забота поставщиков туристских услуг о сохранении окружающей среды?»

Потребители заинтересованы в краткосрочном и среднесрочном отдыхе в сельской местности.

Спрос в рамках устойчивого туризма характеризуют два важных аспекта. Первый – это различие между иностранными и внутренними туристами. Иностранные туристы по сравнению с внутренними тратят в день больше денег и более склон-

ны оставаться на длительный период в каком-то месте отдыха. Они лучше понимают необходимость защиты окружающей среды, что делает их привлекательной целевой группой. Однако во многих дестинациях в настоящее время видна отрицательная сторона такого подхода, а именно сложность и дороговизна их привлечения из-за того, что эти туристы находятся далеко. При этом, если местные сообщества успешно привлекают иностранных туристов, могут возникнуть проблемы, связанные с тем, что наплыв иностранных посетителей изменяет культуру местности. Цены, установленные на уровне, приемлемом для иностранных туристов, могут быть недоступными для местного населения (непосредственно для самих жителей сообщества или внутренних туристов). Все чаще могут появляться вывески на английском языке, а магазины и услуги могут больше подходить для иностранных туристов, чем для местных жителей. Поэтому важно, чтобы применялся сбалансированный подход, который бы отдавал должное и иностранным, и внутренним туристам и отвечал требованиям тех и других. Необходимо помнить, что на внутреннем рынке есть категория туристов, которые желают путешествовать внутри страны – живущие и работающие в стране иностранцы (экспатрианты). Они тратят практически столько же, сколько и иностранные туристы, но их легче привлечь.

Распределение ответов респондентов о финансовых средствах, которые они готовы потратить во время отдыха в сельской местности в России, показано на рис. 6. Для сельских муниципальных образований 2-3 тыс. руб. в сутки от каждого туриста могут стать весьма значительной добавкой в бюджет.

Такие туристы хотят посетить как можно больше мест в той стране, где они проживают, а также приглашают друзей и родственников. Важнейшие вопросы: Чего они хотят? Ради чего люди готовы тратить свои деньги?

Исследование показало, что туристов привлекают, прежде всего, спокойная атмосфера, традиционная кухня, полный пансион, организация дополнительных услуг (рис. 7).

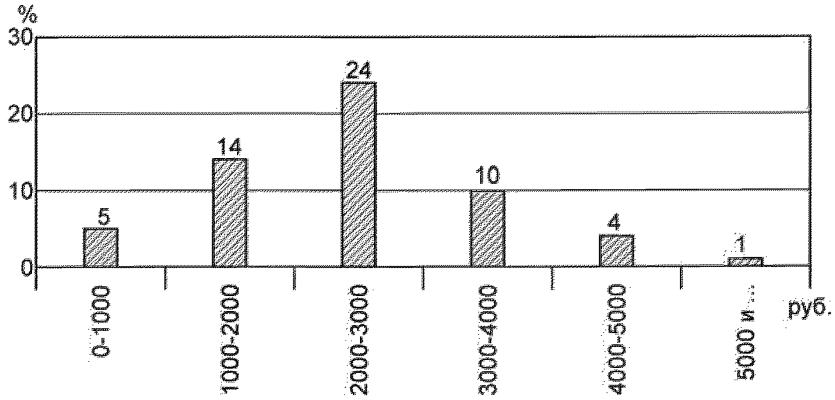

Рис. 6. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какую сумму вы готовы потратить во время отдыха в сельской местности в России?»



Рис. 7. Распределение ответов респондентов на вопрос: «На какие услуги Вы готовы тратить деньги?»

Однако, выбирая между предложениями разных сельских гостевых домов, туристы обращают внимание на наличие бытовых удобств, интернета, близость водоема, возможности для развлечений (рис. 8).



Рис. 8. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Что является для Вас важным при выборе размещения во время отдыха в сельской местности? (Укажите от 1 до 3 причин)»

Второй аспект – различие между туристами, пользующимися услугами туроператоров и теми, кто путешествует самостоятельно.

В мире растет тенденция к тому, что туристы сами организуют собственные поездки, составляют план развлечений и находят места проживания, а не покупают путевки. Однако, как показали исследования, на отечественном рынке сельского туриз-

ма эта тенденция пока не столь выражена. Российские туристы заинтересованы в профессиональной помощи туроператора и гарантиях безопасности (рис. 9).



Рис. 9. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы вы организовали свой отдых в сельской местности?»

Отвечая на вопрос «Насколько важны для вас источники информации о путешествии», 17% респондентов называет именно турагентства. Однако, даже обращаясь за помощью к туроператорам, туристы все равно желают получить развернутую информацию из независимых источников (рис. 10).



Рис. 10. Ответы респондентов на вопрос: «Насколько важны для вас источники информации, когда вы планируете путешествие?»

Друзья и путеводители являются источниками информации для туристов, путешествующих самостоятельно, хотя интернет все же играет очень важную роль, особенно непосредственно перед отъездом. Через туристов, путешествующих самостоятельно, поставщики туристических услуг имеют возможность работать напрямую с потребителями. Это дает более широкие возможности контроля развития туризма и получения выгоды. Однако, если туристы не знают о существовании какого-либо места, то поставщикам туристических услуг будет трудно привлечь туда потенциальных туристов без помощи туроператора. Иногда туроператор выступает для туриста гарантом, особенно, когда место назначения – неизвестная территория, находящаяся на начальной стадии развития туристических услуг.

При этом необходимо совместными усилиями решать проблему информирования потребителей о ценности продукта в рамках устойчивого туризма. И здесь большое значение имеет эффективное использование каналов распространения информации, особенно возможностей сети Интернет. В случае нестандартного продукта традиционные формы рекламы часто малоприменимы.

Принципы устойчивого туризма эффективно продвигаются в специальных интернет-сообществах, социальных сетях, блогах (рис. 11). Интернет позволяет совместить функции информирования потенциальных туристов о преимуществах выбора более устойчивого туристского продукта и возможностях онлайн-бронирования. Использование этих технологий позволит предприятиям обеспечить эффективное продвижение, сократить количество печатных рекламных материалов, рекламные расходы и снизить загрязнение окружающей среды.

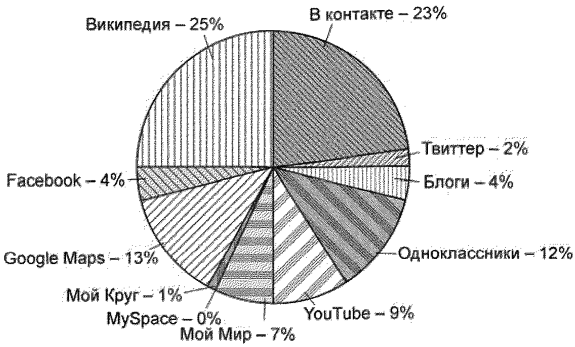

Рис. 11. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие из перечисленных интернет-сервисов вы используете для поиска информации, касающейся вашего отдыха?»

Сегментация рынка сельского туризма. Выбор целевых сегментов (исследование потребителей и партнеров)

Некоторое время назад существовало мнение, что эффективный маркетинг в области сельского туризма невозможен из-за разнообразия сельских услуг, предлагаемых частным и общественным секторами, большого количества потенциальных потребителей. Однако такая фрагментация туристического продукта не только существенно усложняет маркетинговую деятельность, но и стимулирует потребность в ней. Эта потребность вызвана необходимостью выделить и упорядочить разнообразные компоненты как туристических потребностей, так и предложений в сельском туризме.

Использование потенциала сельского туризма и туристических услуг дает возможность:

- осуществлять распространение информации по рыночным принципам и с привлечением новых потенциальных потребителей;
- регулировать экономические отношения всех субъектов информационного рынка по купле-продаже информации;

• выстроить систему распространения туристической информации с использованием потенциала региона, в котором есть объекты сельского туризма.

Реализация разработанных предложений будет содействовать совершенствованию способа организации маркетинговых коммуникаций в сельском туризме.

В развитии сельского туризма отчетливо прослеживаются тенденции как количественного, так и качественного роста. Это один из быстрорастущих сегментов мирового туристского рынка. В мире стремительно увеличивается число сельских туристов, а также объемы туристических услуг.

Географическая тенденция состоит в пространственном расширении сельского туризма, охвате новых стран и регионов. Две другие тенденции – дифференциация (разделение) сельского туризма и его интеграция с другими видами туризма – тесно связаны друг с другом. За прошедшие десятилетия развитие сельского туризма шло не только вширь, но и вглубь. Это, в частности, проявилось в возникновении разных его подвидов – гастрономического, винного, ярмарочного и др.

Одновременно с этим сельский туризм все теснее переплетался с другими видами туризма. Связь между ними настолько тесна, что справедливо говорить об их сращивании. Среди наиболее типичных «соседей» сельского туризма можно назвать культурно-познавательный, спортивный, лечебный, экологический, событийный и др.

Первичным фактором контакта этих видов туризма было территориальное соседство, позднее начали разрабатывать программы их комплексного развития на основе использования сельской базы размещения. Причем в некоторых случаях именно сторонние виды туризма способствовали развитию сельского туризма.

Правильный подход к организации и продвижению сельского турпродукта в России позволит рассчитывать на значительные социально-экономические дивиденды.

Сельский туризм может стать самоорганизующейся системой, способной решать основные социально-экономические проблемы села. Развитый сегмент сельского туризма положительно отразится на конкурентоспособности сельских территорий в целом и будет способствовать:

- обеспечению занятости сельского населения (в первую очередь молодежи);
- повышению уровня доходов сельского населения;
- развитию социальной и инженерной инфраструктуры сельской территории;
- диверсификации сельской экономики;
- возрождению русской деревни;
- сбыту продукции личных подсобных хозяйств;
- остановке миграции сельского населения в города;
- снижению антропогенной нагрузки на окружающую среду (в прибрежных районах путём переключения туристских потоков на сельские районы).

Для успешной работы в сельском туризме необходимо четко понимать, кому предоставляются услуги и товары, знать их запросы.

Наиболее заинтересованы в деревенском отдыхе следующие категории туристов:

- семьи с детьми до 12 лет;
- пенсионеры;
- семьи, не имеющие дачи и родственников в деревне;
- те, кто могут позволить себе отдых 2-3 раза в год;
- те, кому не рекомендована резкая смена климата;
- заинтересованные в проведении выходных дней в деревне (охотники, рыболовы).

Пенсионеры и семьи с детьми частые гости в сельской местности, где жизнь более спокойная. Молодые люди чаще предпочитают активные виды спорта. Также потенциальных клиентов можно разделить по возрастным группам, доходности и составу семьи.

Часто туристы выбирают отдых в соседних государствах (как правило, на расстоянии до одного дня путешествия на автомобиле). В отдельных европейских государствах до 70% сельских туристов – иностранцы. Абсолютное их большинство – горожане.

Следовательно, знание своих клиентов позволяет заранее подготовиться к работе с определенной группой туристов и в полной мере учитывать их запросы.

Анализ стратегических альтернатив и выбор маркетинговой стратегии развития туризма в сельских поселениях

Учитывая специфику нашей страны и, прежде всего, огромное разнообразие региональных и местных условий, национальная концепция развития экоагротуризма не должна сводиться к одному направлению (модели). Она может включать в себя несколько перспективных для условий России моделей, причем в разных туристических регионах в качестве базовых для разработки концепций могут использоваться разные модели – в зависимости от конкретных целей.

В условиях России перспективны следующие направления (модели):

- создание региональных агротуристических сетей через развитие малого, семейного и индивидуального агротуристического бизнеса на базе существующих туристических ресурсов сельской местности: средств размещения (малого семейного гостиничного хозяйства) и инфраструктуры агротуризма (включая различные агротуристические объекты и виды бизнеса, связанные с обеспечением агротуризма).

Организация эффективно работающей сети частных агротуристических хозяйств на территории туристического региона предполагает создание системы господдержки на уровне центра (оптимум первого порядка) или как минимум – региона (оптимум второго порядка);

- воссоздание социокультурной среды исторического поселения – «исторической деревни», «национальной деревни»

или иного типа поселения (стойбища и т. д.), а также иных исторических объектов (дворянские и купеческие усадьбы, монастыри и т. д.);

- создание крупных и средних специализированных агротуристических объектов, ориентированных на прием туристов и организацию их полноценного отдыха: специализированных центров (спортивные, культурные, кулинарные и т.д.), стилизованных «агротуристических», а также «рыбацких», «охотничьих» деревень и т.д;
- создание государственных и частных сельскохозяйственных парков как крупных многофункциональных туристических, выставочных, рекламно-экспозиционных, культурно-пропагандистских, научно-исследовательских и производственных и других комплексов, располагающих средствами размещения и соответствующей инфраструктурой.

3.3. Ступень третья: формирование образа сельского туризма поселения, определение целей туризма и стратегии их достижения

После того, как местное сообщество и анализ рынка будут готовы, определены сильные стороны, проблемы и приоритеты сегментов рынка, можно приступить к формированию образа и выбору модели сельского туризма в поселении, заявить о ценностях и принципах, определяющих развитие туризма и процесс его планирования. В процесс формирования перспективного образа сельского туризма должно быть вовлечено как можно больше заинтересованных сторон сообщества. Поскольку сельские жители являются ключевыми игроками на общинном уровне, важно, чтобы их голоса были услышаны при выборе модели сельского туризма. Для реализации данной задачи необходимы проведение специальных семинаров/тренингов и общественных встреч/собраний для широкого обсуждения предложенной модели туризма, добровольных опросов жи-

телей поселения (анкеты могут распространяться по почте, через местные газеты, журнал центра сельскохозяйственного консультирования), а также организация передач на местном радио и телевидении. Все анкеты, информация собираются членами местной инициативной группы (МИГ) для последующего анализа и использования в процессе планирования действий.

Формирование перспективного образа и модели сельского туризма должно идти путем диалога и обсуждения, желаний и надежд сообщества, общественных ценностей и убеждений. В зависимости от выбранных подходов, этот процесс может способствовать улучшению или установлению отношений между различными заинтересованными сторонами.

Поскольку реализация инициативы является технически неофициальной, её участники могут свободно, без опасений обсуждать спорные или политические вопросы. Кроме того, запущенный процесс может быть использован в качестве базы для последующей идентификации целей местного сообщества и обсуждения стратегии их достижения.

Существующие рынки: краткосрочные возможности для туризма

Стратегии развития туризма в сельском поселении:

- расширение производства туристических продуктов с целью лучшего использования существующих рынков;
- разработка новых туристических продуктов с целью привлечения новых сегментов рынка.

Наиболее целесообразный и наименее затратный способ – расширение продаж туристического продукта, чтобы получить больше из уже существующих сегментов рынка. Привлечение полностью новых рынков медленный и трудный процесс, который может потребовать существенных капитальных вложений. Для более эффективных краткосрочных результатов (хотя не следует игнорировать и долгосрочные) рекомендуется начать с существующих сегментов рынка, например, с двух-трех туристических объектов (проживание на ферме с катанием

на лошадях, проживание на пасеке с мастер-классами по изготовлению травяных чаев и дегустацией продуктов пчеловодства, наблюдением за жизнью пчелиной семьи). Затем при успешной реализации туристических продуктов (постоянный поток туристов) увеличивать их число. Чтобы получить больше от существующего рынка турпродукта, необходимо собрать у туроператоров информацию о возможностях расширения рынка и роста популярности существующего туристического продукта, а также ответить на вопросы:

Почему туристы выбрали данное сельское поселение?

Будет ли привлечено в поселение большее количество туристов, которым нужны определенные условия для отдыха (например, кемпинг), если аттракционы, услуги, качество окружающей среды, гостеприимство, продвижение или транспорт будут улучшены или расширены?

Откуда приезжают туристы?

Могут ли участники рынка (например, отдыхающие) из другого географического района добраться до поселения, руководствуясь новыми рекламными акциями?

Какие туристы приезжают?

Можно ли привлечь новые социально-экономические группы, которые заинтересованы в предложении поселения, если продвижение будет направлено на них?

Какие из достопримечательностей и услуг пользуются наибольшим спросом?

- Какие достопримечательности можно сделать более привлекательными для сегментов рынка?
- Существуют ли возможности разработки новых аттракционов?
- Являются ли услуги адекватными? Есть ли возможность выбора точек питания для удовлетворения всех потребностей? Есть ли жилье для всех, кто хочет остаться?
- Является ли сообщество поселения дружелюбным и гостеприимным? Чувствуют ли туристы себя желанными гостями? Приглашают ли их остаться дольше?

• Соответствуют ли цены и качество услуг ожиданиям и возможностям отдыхающих?

Каковы ожидания туристов?

• Нужны ли специальные мероприятия для повышения их туристического опыта?

• Возможно, необходимо разработать продукты, направленные на членов их семей?

Когда они приезжают в поселение? Как часто?

• Осведомлены ли туристы о возможностях посещения поселения в другое время в течение года?

• Возможно, следует планировать специальное мероприятие для привлечения туристов в низкий сезон?

• Что известно о местном рынке турпродукта? Часто низкий сезон – привлекательное время для местных жителей: они могут открыть для себя новое в своей общине.

• Можно ли координировать операторов туристического бизнеса, чтобы они работали вместе, предложить им снижение цен в межсезонье?

Мнение туристов о поселении?

• Если туристы бывают в поселении преимущественно проездом, то более убедительными будут вывески, рекламные щиты, которые могут привлечь путешественников.

• Осведомлены ли туристы о других мероприятиях в рамках сообщества и региона в целом? Сельские поселения в регионе могут дополнять друг друга.

• Осведомлены ли местные туристические рынки обо всем, что можно увидеть и делать в поселении? Чем более информированы туристы, тем чаще они приглашают с собой друзей и родственников. Они могут выбрать поселение как место проведения отпуска.

В начале организации туризма в поселении продвигать турпродукт на рынке туристических услуг сложно. Поэтому, определив свой конкретный рынок и возможных посетителей, надо сосредоточиться на предложении соответствующих достопримечательностей и услуг. Если, например, поселение выбирает

формирование турпродукта для туристов с детьми, то не надо тратить время на создание условий для пенсионеров. Попытки угодить всем – неэффективны и дороги. Правильное использование своих ресурсов для существующего рынка почти наверняка приведет к быстрым и плодотворным результатам, что в свою очередь обеспечит общественную поддержку и участие, обеспечив основу для постоянного развития.

Потенциальные рынки: долгосрочные возможности для туризма

Новые туристические рынки и продукты должны быть частью долгосрочной стратегии развития туризма в поселении. Для поиска новых рынков и возможностей продукта могут быть использованы опрос туристов на существующем рынке и сравнение развития туризма в поселении и в сопоставимых/схожих по условиям поселениях. Опрос может выявить предпочтения и пожелания туристов. Местные колледжи, университеты и средние школы имеют необходимый опыт для проведения простых обследований.

Посещение других поселений с сопоставимыми ресурсными активами является ценным опытом обучения и может обеспечить важные выводы для улучшения существующих и создания новых продуктов и рыночных идей. Следует привлекать к этим посещениям как можно больше представителей местного сообщества.

Конечно, многие возможности открываются при разработке новых продуктов и выходе на новые рынки. Но эти усилия часто требуют существенных капитальных инвестиций и разработки новых программ, поэтому двигаться в данном направлении надо постепенно.

Задачи развития туризма в сельском поселении должны:

- быть конкретными;
- формулировать в терминах желаемые результаты;
- выражаться количественно;

• быть достижимыми в течение определенного периода времени (1 год, 3 года, 5 лет).

3.4. Ступень четвертая: определение конкретных целей и планов действий

Практические шаги по организации сельского туризма определяют действия, необходимые для достижения целей в области развития поселения. Число планов действий должно соответствовать числу целей.

Практические планы действий – это конкретные направления реализации целей, которые определяют: что должно быть сделано, как, кем и когда. Они должны быть гибкими, легко изменяемыми. Так как стратегией развития сельского туризма в поселении предусматривается большое количество участников, план действий должен быть широко распространен в письменной форме и обсужден членами инициативной группы с возможно бóльшим числом местных жителей.

Разработка плана действий проводится для трех секторов: местной администрации, коммерческих структур и некоммерческих организаций. Для каждого сектора в плане действий должны быть предусмотрены адекватные стимулы к действию.

Для местной администрации крайне важным является общественное благосостояние сообщества сельского поселения. Здоровье и безопасность являются первичными государственными задачами развития местных сообществ, а качество жизни все чаще рассматривается как государственная задача. Развитие туризма может потребовать внесения изменения в структуру налогов, так как он является средством социально-экономического развития поселения.

Коммерческому сектору выполнение мероприятий по плану действий должно приносить прибыль. Опыт показывает, что часть предпринимателей (особенно осуществивших большие капитальные вложения) ожидают быстрого возврата и амортизации вложенных средств, в то время как другие согласны на

гораздо меньшую отдачу, довольствуясь неэкономическими ценностями, которые дает туристический бизнес.

Конечно, за экономическую эффективность туризма в первую очередь отвечает коммерческий сектор, но она зависима также от общественного и некоммерческого секторов (достопримечательности, управление доходами от туризма).

Некоммерческие организации имеют собственные социальные и культурные цели работы в туризме. Например, региональные отделения Российского союза сельской молодежи развивают проект сохранения национального наследия сельских поселений, их программы развития сельских сообществ и сельского туризма совместимы и имеют схожие цели.

Обеспечение гласности планов действий

Поддержка сообщества является ключом успешного развития туризма в сельском поселении. Образовательные семинары и встречи с общественностью должны быть постоянными, чтобы стимулировать интерес к развитию туризма. Участие в туризме следует поощрять. Новые туристические инициативы могут быть предложены местным сообществом, если оно проинформировано о ходе реализации плана действий, успехах и неудачах. Например, могут быть предложены не только новые промыслы, но и новые условия проживания или проведения мастер-классов, событийных мероприятий. По этой причине, основным компонентом любого плана действий должно быть распространение информации и просвещение населения, чтобы поощрить жителей предлагать любые способы, которыми они могут внести свой вклад в процесс развития сельского туризма.

3.5. Ступень пятая: мониторинг и оценка результатов

Большое значение для развития туризма в поселении, его успешного планирования и поддержания имеет мониторинг. Жители должны чувствовать, что получают отдачу от своего

вклада в процесс (это могут быть затраты времени, денег или просто желание оставаться открытыми для нового направления).

Мониторинг дает обоснование для расширения уже существующих туристических возможностей, а не создания новых, тем самым облегчая реализацию задач туризма. Запуская программу сельского туризма важно сохранить общественную поддержку и импульс для достижения быстрых, краткосрочных результатов.

Оценка развития отрасли с самого начала требует сбора исходной информации об экономическом эффекте, количестве объектов, новых рабочих мест и посетителей. По мере развития ситуации данные должны уточняться. Это поможет пониманию причин успеха и возникающих препятствий, в исследовании спроса и предложения, в осуществлении текущего планирования, управления и маркетинговых акций.

Должны оцениваться индивидуальные программы и проекты сельского туризма в поселении, эффективность рекламных кампаний, специальных мероприятий и др.

Например, в Кировской области в течение четырех лет успешно внедрялся проект по поддержке местных инициатив, позволяющий объединить ресурсы областного, муниципального, местного бюджетов и направить их на решение социально важных проблем. Проект стартовал в нескольких поселениях и быстро распространился по всей области.

За четыре года реализовано 920 инициатив граждан, более 1 млн человек стали благополучателями от их реализации. Комплексная оценка показала, что проект поддержки местных инициатив положительно повлиял на качество жизни населения и кардинально изменил представления и мотивацию участников: 80% населения области непосредственно пользуется его результатами, 90% – считает, что его надо продолжать.

4. ВОВЛЕЧЕНИЕ ЖЕНЩИН И МОЛОДЕЖИ В НОВЫЙ ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПОСЕЛЕНИИ

На заседании Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию в октябре 2014 г. было отмечено, что для инновационного развития сельских территорий и решения проблем российских сельских поселений требуется создание региональных инновационных центров развития несельскохозяйственных видов деятельности, которые могли бы привлечь кадровые ресурсы, не задействованные в аграрном секторе (например, сельский туризм и рынок услуг). Только объединение усилий всех заинтересованных сторон способно обеспечить решение проблем сельских территорий, вывести их на траекторию устойчивого развития, создать условия для развития конкурентоспособности сельской экономики.

В рыночные отношения сельские женщины вступили с худшими по сравнению с мужчинами стартовыми условиями. Несмотря на то, что в сельском хозяйстве женский труд применяется повсеместно, среди руководителей сельскохозяйственных предприятий женщин – единицы. Сельские женщины недостаточно информированы о возможности и методах организации собственных предприятий, испытывают трудности в решении юридических и экономических вопросов, трудоустройстве. Сокращение объема сельскохозяйственного производства обусловило недоиспользование женской рабочей силы. Возникли существенные сбои в воспроизводстве профессионально-квалифицированной структуры занятых женщин. Как наиме-

нее конкурентоспособная часть занятого населения сельские женщины более всего ощущают социально-экономические последствия реформ на селе. Заметно ухудшилось их материальное положение. Среди семей, имеющих детей, доля бедных составляет около 50%, среди молодых семей — более 60%. В этих условиях усиливаются неблагоприятные тенденции в положении женщин в разных сферах жизнедеятельности — сокращается их представительство в органах государственной власти, снижается конкурентоспособность на рынке труда, ограничиваются возможности получения новой работы, что создает угрозу для физического и духовного здоровья населения. Анализ литературы последнего десятилетия по экономическим аспектам сферы занятости сельских женщин показывает, что рынок труда представляет собой сложную систему общественных отношений со сложившимися стереотипами, ориентацией, мотивацией сельских женщин на более высокий экономический и социальный статус в сфере занятости. Все это зависит от хода аграрных реформ на селе, научно-технического процесса, уровня профессиональной подготовки самих работниц.

Занятость сельских женщин и молодежи в несельскохозяйственных отраслях преимущественно альтернативная, поэтому трудно оценить: растет она или снижается. Возникновение предпринимательских структур в альтернативных сферах сельской деятельности может свидетельствовать о возникновении спроса на продукцию и услуги. В этом смысле интересным является формирование в стране рынков дикоросов и услуг сельского туризма.

Развитие сельского туризма позволит создать рабочие места для женщин в небольших сельских гостиницах, гостевых домах, сельских домах, обслуживаемых одной семьей или с привлечением дополнительной рабочей силы.

Целью приема приезжих может быть туризм как таковой, а может быть предоставление сезонного найма жилья (дача). Возможно сочетание предоставления временного жилья и пансиона, егерских услуг, сдачи внаем оборудования для рыбалки и

охоты, прокат лошадей для конных прогулок, экскурсионное обслуживание и т.д. Поэтому аренда жилья одной семьей может иметь мультипликативный эффект в сфере занятости для хозяев дома и других семей в селе и сельском поселении в целом. Наиболее распространены услуги по вспашке огородов, уборке урожая, строительные услуги, производство сувениров и т. д.

Самозанятость и предпринимательство сельских женщин в европейских государствах диверсифицируют деятельность в сельской местности, где сокращение рабочих мест сопровождает интенсификацию сельскохозяйственного производства. Сельский туризм, производство национальных напитков и продуктов питания, промыслы, телекоммуникационные услуги, уход за детьми и престарелыми являются основными направлениями самозанятости, переходящей в малый бизнес. Женская самозанятость отличается разнообразием, но чаще ориентирована на индивидуальные услуги. Опыт показывает, что прежде чем начинать свой бизнес, женщины в европейских странах предпочитают участвовать в бизнес-тренингах, организованных только для женщин. Но если бизнес уже организован, они запрашивают доступ ко всем ресурсам, которые касаются направления или сектора их деятельности. На первом этапе женщины испытывают потребность в консультациях для развития их идей, идентификации их умений и потенциала, повышения доверительности. Позже необходим спектр услуг для поддержки бизнеса, включающий в себя:

- специализированные бизнес-курсы для начинающих предпринимателей и техническое содействие;
- доступ к финансированию и кредитам через фонды гарантий по кредитам, специальные займовые фонды, консультации для заполнения кредитных заявок и др.;
- новые технологии, диверсификацию производства и управление для женщин-фермеров;
- менторскую поддержку со стороны успешных предпринимателей.

Европейским союзом в 2000-2006 гг. инициированы и профинансированы программы INTERREG, EQUAL, Leader+, направленные на поддержку равных возможностей и устойчивое развитие сельской местности. Основное внимание уделялось использованию информационных технологий, повышению уровня и улучшению качества жизни в сельской местности, увеличению добавленной стоимости для местной продукции (упаковка, маркировка, качество и др.), рациональному использованию природных ресурсов, сохранению культурных ценностей. Приоритетами стратегии реализации программ являлись поддержка инициатив женщин и молодежи, интегрированное планирование устойчивого развития сельской местности. Организация местных активных групп (Local Active Group) послужила катализатором быстрого развития самозанятости и предпринимательства сельских женщин.

В Германии сельское хозяйство остается важной отраслью страны, но интенсификация производства привела к закрытию многих ферм, сокращению рабочих мест. В рамках программы Leader+ был организован тренинг для 40 женщин по развитию туризма в сельской местности земли Хессен. Местная активная группа предложила в рамках реализации данной программы провести тренинг по развитию туризма, состоящий из трех модулей: основные квалификации, специализация в туризме и развитие проекта по агротуризму. Поддержка семьи являлась основным фактором начала бизнеса в сельском туризме. После одного из тренингов по организации агротуризма 12 из 16 участниц организовали свои фирмы, остальные получили полную или частичную занятость в новом бизнесе. В сравнении с мужчинами женщины-предприниматели больше склонны к работе в команде, менее эгоцентричны. К характерным качествам успешных сельских женщин-предпринимателей за рубежом относятся:

- способность организовывать людей, использовать стратегию и технологии в соответствии с меняющимися обстоятельствами;

- креативность, готовность к риску;
- успешность во время перемен и нестабильности;
- целеустремленность и дисциплинированность;
- способность принимать решения, в том числе долгосрочные.

Анализ зарубежного опыта выявил следующие стратегические направления поддержки развития предпринимательства сельских женщин:

- создание службы обеспечения рабочими местами женщин в сельскохозяйственном секторе;
- повышение уверенность в себе у сельских женщин-производителей;
- продвижение продукции, выпускаемой сельскими женщинами;
- проведение соответствующих тренингов для повышения квалификации и развития трудовых ресурсов;
- содействие устойчивому развитию индивидуальных групп и сети сельских женщин-предпринимателей.

Главной задачей является личностное развитие сельских женщин. Поэтому новые инициативы, такие как сельский туризм, необходимо согласовывать с местной инициативной группой, чтобы они выражали потребности самих сельских женщин. Можно менять инфраструктуру, увеличивать финансовые и материальные ресурсы, но без участия самих жителей изменений к лучшему в сельской местности не будет.

В России огромное количество населенных пунктов – городов и деревень с уникальной историей, традициями, обычаями, героями. И очень важно, чтобы каждый россиянин знал историю своей малой Родины, помнил своих предков, чтил и оберегал память об их достижениях, ведь в них заложена основа величия и незыблемости нашей страны.

Для этих целей на просторах Рунета появился всероссийский портал «Культурно-историческое наследие села» (nasledie-sela.ru), который был создан в рамках реализации Российским союзом сельской молодежи при поддержке Министерства сель-

ского хозяйства Российской Федерации Всероссийского молодежного проекта по сохранению культурно-исторического наследия села и повышению информированности населения о возможностях самореализации на сельских территориях.

На данном интернет-ресурсе представлена интерактивная карта России, где можно ознакомиться с интересной информацией о малых городах и сельских населенных пунктах нашей огромной страны. Каждый россиянин может стать создателем интернет-территории, рассказать миру о своем районе, деревне или селе.

Портал дает возможность не просто разместить информацию, но и принять участие во Всероссийском конкурсе творческих работ «Моя малая Родина», который ежегодно, в течение пяти лет проводится Российским союзом сельской молодежи и приобрел широкую популярность у жителей самых разных уголков России.

В разделе «Трудовые достижения» посетители портала могут прочитать о выдающихся и просто успешных жителях российских сел. Важной составляющей ресурса является и информационно-консультационная функция, именно поэтому был создан раздел, посвященный работе специализированных «мобильных бригад», призванных рассказать жителям сельских территорий о реализуемых в стране мерах государственной поддержки.

В рамках Всероссийского молодежного проекта по сохранению культурно-исторического наследия села и повышению информированности населения о возможностях самореализации на сельских территориях, а также ФЦП «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года» Российский союз сельской молодежи при поддержке Минсельхоза России организует работу информационно-консультационных бригад. Цель проекта – повышение престижности аграрных профессий среди учащейся сельской молодежи и информированности сельского населения о существующих мерах государственной поддержки в области разви-

тия сельского хозяйства и социального развития сельских территорий.



Без интернета в селе жизни нет...

Информационно-консультационные бригады, сформированные региональными органами управления АПК совместно с аграрными образовательными организациями из числа студентов и/или аспирантов, активистов Российского союза сельской молодежи, представителей отраслевых союзов, информационно-консультационных центров, прошедшие специальную подготовку, уже третий год (ранее – в формате проекта «Мобильные бригады») выезжают в регионы для проведения встреч с сельским населением. Они информируют жителей сел и деревень о проводимой государством политике по развитию сельских территорий и поддержке агропромышленного комплекса, возможностях использования механизмов действующих программ и реализуемых проектов в сфере сельского хозяйства для решения конкретных задач развития сельскохо-

зяйственной и несельскохозяйственной деятельности на селе на основе собранной, обработанной и структурированной информации и проводят мониторинг качества реализации государственных программ развития АПК и сельских территорий. В рамках профориентационной деятельности информационно-консультационные бригады проводят с сельской молодежью беседы и презентации, популяризирующие аграрные профессии, организуют выезды для учащихся сельских школ и аграрных средних специальных учебных заведений на передовые сельскохозяйственные предприятия региона.

Молодежь может оперативно решать многие вопросы и задачи, необходимые для организации сельского туризма. Информационно-консультационные бригады могут провести опросы и мониторинги, подобрать исторический материал для подготовки рекламных продуктов, довести до сельских жителей информацию об успешных примерах организации сельского туризма в других поселениях, регионах. Особенно важно их участие в событийных мероприятиях и праздниках поселений. Молодежь охотно участвует в работе аттракционов. Многие молодые люди становятся начинающими предпринимателями в сельском туризме, предлагая туристам такие услуги, как прокат велосипедов, катание на лошадях, занятия с детьми школьного возраста и т.д.

Сельский туризм создает благоприятные условия для реализации предпринимательского потенциала молодежи и в результате может дать не только экономический, но и социальный эффект. Кроме того, молодежь получает мотивацию для работы в новом бизнесе: желание добиться материальной независимости, реализовать свои идеи и амбиции. Участвуя в развитии сельского туризма, молодежь лучше узнает и ценит свое поселение, проявляет инициативу создания новых туристических объектов или продуктов, учится промыслам и проводит мастер-классы для туристов.

Примером привлечения молодежи в сельский туризм является Республика Карелия, где событийный туризм организован

на высоком уровне. Примеры событийных мероприятий в Карелии:

- «Масленица – целовальница» – древний славянский праздник, унаследованный от языческой культуры. Празднуется за семь дней до начала Великого поста, с конца февраля до начала марта. Это – веселые проводы зимы, уличные народные гуляния, хороводы, катания с гор, блины;
- «Олония – гусиная столица» – экологический праздник. Олонец – место весенней стоянки диких гусей при перелете на север. Проводятся «гусиные бега», конкурсы, соревнования и «гусиный конкурс красоты», водный праздник – «Гонки по Олонке»;
- «Киндасовские посиделки» – сельский фольклорный праздник юмора в д. Киндасово, проводимый каждое третье воскресенье июня. «Киндасово» в переводе с карельского означает «Рукавицино», и живут в нём незадачливые киндасовские мужики, которые всё делают невпопад. Ежегодно на праздник собираются весельчаки и юмористы из разных уголков Карелии, России и зарубежных стран. Каждый гость на празднике становится участником весёлых розыгрышей на «Киндасовской таможне», совершает прогулку по «Киндасовскому Арбату», может побывать на «Блинной поляне», послушать задорные частушки на «Частушечном ринге», изучить «Особенности киндасовской рыбалки», посетить ярмарку и отведать карельские блюда;
- фестиваль национального костюма «Олонецкий хоровод» – знакомство с культурой коренного населения Карелии – карел. Обычаи, традиции, праздники, ремесла карел в праздничном театрализованном представлении в одном из древнейших поселений Карелии. Первое письменное упоминание об Олонце относится к 1137 г. «Олония», «олончане» – так многие века называли Карелию и ее жителей.

В Белгородской области, где сельский туризм развивается успешно, наблюдается процесс возвращения молодежи из города в село и именно для занятия сельским туризмом.

5. РЕКОМЕНДАЦИИ ЦЕНТРАМ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ

Повышение эффективности деятельности консультационных организаций предусматривает не только работу по расширению инновационного и эффективного сельскохозяйственного производства, но и развитие сельских территорий. По первому направлению профессиональные информационно-консультационные услуги оказываются товаропроизводителям всех форм собственности, центры активно участвуют в реализации федеральных и региональных целевых программ, особенно по реализации программ «Поддержка начинающих фермеров» и «Развитие семейных животноводческих ферм».

Началось развитие нового направления деятельности центров – инжиниринга, в рамках которого должны быть ускорены внедрение новых технологий и модернизация агропромышленного комплекса страны. В то же время службы сельскохозяйственного консультирования не принимают достаточного участия в устойчивом развитии сельских территорий в части социального развития села, тогда как на всех уровнях очевидна необходимость повышения информированности населения о выполнении программы устойчивого развития сельских территорий, участия сельских жителей в реализации программы, положительном региональном опыте.

Переход к устойчивому развитию означает постепенное обеспечение целенаправленной самоорганизации сельского сообщества в экономической, социальной и экологической сферах. После продолжительного государственного управления на сельских территориях сельским жителям трудно переходить

на самоуправление, принимать самостоятельные решения, нести ответственность за жизнь своего поселения. Этот процесс требует терпеливого информирования и обучения населения.

Модернизация АПК повысит и без того высокий уровень безработицы в сельской местности, поэтому диверсификация деятельности и сельский туризм как новый вид предпринимательства в несельскохозяйственном секторе сельской экономики крайне необходимы. Некоторые региональные центры сельскохозяйственного консультирования в регионах занимаются этими вопросами (например, в Республике Башкортостан проводятся тренинги по сельскому туризму, в Самарской области – региональные ярмарки сельского туризма и промыслов, в Калининградской области и Республике Мордовия – семинары и вебинары для организаторов сельского туризма), но в целом, следует организовать работу по данному направлению более профессионально. Центры должны быть готовы оказывать не только информационные, но и консультационные услуги по следующим направлениям:

- культурное обустройство сельских поселений (озеленение, ландшафтный дизайн, благоустройство);
- организация сельского туризма;
- работа с сельскими женщинами и молодежью;
- диверсификация деятельности (народные промыслы и ремесла, сбор и заготовка дикоросов и лекарственных растений, изготовление мебели и домашней глиняной и деревянной посуды, сувениров, организация частных детских садов и т.д.);
- организация культурного досуга, восстановление истории сел и их жителей, создание музеев крестьянского быта;
- организация потребительских кооперативов в ЖКХ и сбыте продукции несельскохозяйственного сектора;
- экология сельской местности и производство органической продукции и т.д.

Для активизации работы в данном направлении в центрах должны работать консультанты, имеющие (или дополнительно получившие) профессиональную квалификацию по вопро-

сам социального развития села. Консультанты должны знать содержание федеральной и региональной программ устойчивого развития сельских территорий, чтобы квалифицированно консультировать по всем мероприятиям программ. Жителей сельских поселений и сельские администрации необходимо обеспечить информационными брошюрами и листками. Особенно важно проведение семинаров для жителей села. Для этого следует определить:

- целевые группы (самозанятые женщины, молодежь и др.);
- направления деятельности (сельский туризм, благоустройство, народные промыслы и др.);
- потребность в знаниях и умениях.

Затем выбираются оптимальные формы и методы консультирования. Основная цель этой деятельности – ***развивать людей, а не технологии.*** Для этого надо соблюдать определенные принципы.

Обучение на практике. Взрослые люди лучше учатся на собственном опыте, чем при пассивном прослушивании. Например, при обучении ландшафтному дизайну и благоустройству поселения более эффективными являются организация демонстрационных участков, практических семинаров, благотворительных акций благоустройства публичных мест (больницы, АЗС), посещение профессиональных компаний, чем теоретические семинары и публикация информационных листов.

Запросы жителей – основа обучения. Сельские жители, а не консультанты решают, что соответствует их текущим потребностям. Если поселение решило организовать сельский туризм, то возникает необходимость обучения хозяев гостевых домов. Тема семинара и тренеры выбираются по вопросам, которые наиболее актуальны для жителей данного села (реклама, организация досуга для туристов, использование событийных мероприятий).

Узнавать, как учиться. На семинарах всему научить невозможно, поэтому важно показать сельским жителям, как они мо-

гут использовать интернет для поиска ответов на вопросы, дать им полезные ссылки на сайты. Например, Ассоциация семейного бизнеса России (gost.e-ecolog.ru зает информационную и правовую помощь семейным компаниям, Благотворительный фонд по поддержке малообеспеченных и безработных «Свое дело» (gost.e-ecolog.ru азывает консультационную поддержку и организует обучение микро-предпринимательству в сельской местности, организации сельского туризма, Агро-Туризм Ассоциация (gost.e-ecolog.ru онсультирует хозяев гостевых домов и проводит вебинары для регионов по сельскому туризму. Ассоциация «Самые красивые деревни России» (gost.e-ecolog.ru объединяет сельские населённые пункты, обладающие выдающимся историко-культурным и природным наследием, в целях содействия сохранению и лучшему задействованию этого наследия, развитию сельского туризма, вовлечению сельских жителей в процессы саморазвития и повышению привлекательности сельских территорий. Присоединиться к ассоциации могут «живые» (не музеефицированные) деревни, сёла, посёлки, станицы, аулы и другие сельские населённые пункты с населением не более 2 тыс. человек, сохранившие, хотя бы отчасти, сельский уклад жизни и имеющие выраженное желание развиваться в соответствии с целями и задачами ассоциации.

Идентификация проблемы – решение проблемы. Проблемы представляются именно как проблемы, а не ограничения. Для сельской администрации и лидеров сельских общин важны семинары по различным аналитическим методам, которые помогут им выявлять и решать любые проблемы.

Сила в единстве. Расширение возможностей на основе коллективных действий имеет большое значение для повышения уровня самоуправления в сельских поселениях. Это важно для формирования местных инициативных групп, которые более активны, чем частные лица. Сочетание двух или более разумных предложений или инициатив часто наиболее успешно. Зарубежные консультанты выражают это как 1+1 =3 (один ум +

+ один ум создают третий ум). В России широко известна поговорка: «Одна голова – хорошо, а две – лучше».

Систематический процесс обучения. Опыт лучших консультационных центров показал, что наилучшие результаты достигаются при систематических встречах. Одновременно охватить консультациями и семинарами все сельские поселения невозможно, поэтому следует организовать все мероприятия в определенный день. Например, каждый первый вторник месяца обучение и групповые консультации проводятся в одном районе, второй – в другом и т.д.

Создание полевых школ. Полевые школы можно организовать по разным направлениям социального развития села. Известны школы сельского туризма в Ивановской и Свердловской областях, где жителей сел учат всему, что необходимо знать для развития успешного туризма. Такие школы можно организовать по народным промыслам и ремеслам, самозанятости населения и изготовлению домашних заготовок и т.д. Российским женщинам известны тысячи кулинарных рецептов и множество секретов сохранения витаминной продукции на зиму. Во время проведения занятий в полевой школе многие женщины смогут не только научиться новым способам консервирования, но и рассказать о них, а также продемонстрировать свои заготовки. Такие мероприятия помогут открыть новые продукты, использовать их как бренд поселения. Производство органической продукции имеет все шансы быть успешным, если продвигать его через полевую школу как безопасное и полезное питание.

Региональным центрам рекомендуется создать центры развития для реализации ФЦП «Устойчивое развитие сельских территорий» по примеру «Центра инжиниринга АПК» при региональном центре сельскохозяйственного консультирования «Аграрный центр Томской области.

Центры развития сельских территорий

Создание центра развития при региональных и районных центрах сельскохозяйственного консультирования даст воз-

можность обеспечить место встречи и разработать механизмы сотрудничества всех участников процесса развития сельских поселений: представителей администрации, малого и среднего бизнеса, активных слоев населения, других заинтересованных лиц, создать базу данных и обеспечить эффективное управление информационными потоками для предпринимателей, обеспечить обмен информацией между администрацией, представителями бизнеса и другими заинтересованными структурами. Примерный план действий центра приведен в таблице.

Основные задачи центров развития и мероприятия по их обеспечению

Задачи	Мероприятия
1. Обеспечение коммуникации между участниками процесса развития предпринимательства среди женщин	Организация конференций, круглых столов, рабочих групп по различным вопросам развития с участием представителей администрации, предпринимателей, заинтересованных лиц
2. Информационное обеспечение процесса развития предпринимательства	Сбор информации о предпринимательских инициативах; создание, систематизация и обслуживание информационной базы данных по самозанятым женщинам и предпринимателям; создание механизмов ее эффективного использования; сотрудничество со СМИ
3. Информационно-консультационная и финансовая поддержка самозанятых женщин и предпринимателей	Информационная и правовая поддержка предпринимателей; финансовая поддержка проектов самозанятых женщин и малых предпринимателей посредством поддержки оформления заявок и бизнес-планов для получения займов; консультационная помощь предпринимателям на начальном этапе создания бизнеса; консультации в области бизнес-планирования, проектного менеджмента и маркетинга, сельского туризма

Продолжение таблицы

Задачи	Мероприятия
4. Участие в процессе регионального маркетинга	Содействие сельским женщинам-предпринимателям в разработке маркетинговой стратегии (создание, продвижение имиджа территории, целенаправленное позиционирование региона), реклама, работа с общественностью, PR-акции; содействие продвижению продукции и услуг местных предпринимателей на внутренний и внешний рынки; помощь в поиске каналов сбыта и необходимых партнеров; содействие в создании союзов, объединений, образованных предпринимателями из различных направлений бизнеса, для повышения их конкурентоспособности; продвижение новых форм бизнеса (агротуризм, сфера услуг на дому и др.)
5. Содействие повышению квалификации самозанятых женщин и предпринимателей	Сотрудничество с учебными и международными организациями, предлагающими программы по обучению и повышению квалификации; проведение тематических семинаров и тренингов по различным вопросам экономической деятельности; организация курсов повышения квалификации для представителей администрации, предпринимателей
6. Содействие взаимодействию и кооперации различных целевых групп	Выявление и поддержка местных инициатив и «точек роста»; содействие более тесному взаимодействию и обмену информацией женщин-предпринимателей посредством организации выставок-ярмарок, демонстрационных площадок
7. Инициирование участия групп предпринимателей в национальных и международных проектах	Поиск национальных и международных партнеров для сельских женщин-предпринимателей по направлениям деятельности; оформление и подача заявок для участия в конкурсах на получение грантов, сопровождение реализации проектов

Региональный маркетинг – важное направление деятельности Центров развития. Он позволяет разработать региональный профиль – сумму качеств, которые отличают регион от регионов-конкурентов и необходимы для создания неповторимого и уникального имиджа сельского поселения.

В процессе проведения регионального маркетинга важна разработка регионального логотипа и имени (региональная марка).

Региональная марка может использоваться:

- административными структурами для презентации региона на выставках, ярмарках, конференциях и других мероприятиях, выпуска рекламных материалов и т.д. с целью улучшения имиджа региона;
- предприятиями региона для увеличения конкурентоспособности своей продукции/услуг (это особенно актуально для начинающих, малых и средних предприятий).

Здесь возникает возможность для сотрудничества нескольких сельских администраций, муниципального округа, их частей или области в целом для разработки региональной марки, особенно, если территория обладает уникальным природно-климатическим, культурно-историческим потенциалом или известна как место происхождения качественных товаров и услуг. Центры развития могут активно взаимодействовать и обмениваться опытом, использовать следующие примерные этапы планирования и реализации проектов сельского туризма (по маркировке и форме туристических продуктов, повышению качества и ассортимента турпакетов, продвижению сельского туризма поселения на внутренний и внешние рынки и др.):

- определение проблем конкретных сельских поселений, молодежи, женщин-предпринимателей или самозанятых женщин;
- определение проблем, общих для жителей сельских поселений;
- выбор и организация целевых групп сельских предпринимателей или самозанятых жителей, проявивших инициативу участия в сельском туризме;

- выбор оптимальных форм и методов для достижения цели;
- разработка конкретного плана действий;
- обсуждение плана с жителями поселения;
- реализация и мониторинг плана.

Центры сельскохозяйственного консультирования могут помочь реализации программы устойчивого развития сельских территорий путем информирования, консультирования и обучения.



Праздник урожая. Село Васильевское Сергиев-Посадского района Московской области

Заключение

Политика сельского развития в России должна строиться на принципах региональной политики при финансовой и институциональной поддержке федерального центра. При огромном разнообразии проблем не существует одного способа их решения. В одних регионах используются лес и его ресурсы, в других – туризм, приграничные возможности и т.д. Борьбу с сельской бедностью необходимо перспективно вести в трех направлениях.

Первое – создавать альтернативную занятость. Деятельность может рассматриваться как альтернативная, если она не является основной для сельскохозяйственных производителей на данной территории, но она может быть сельскохозяйственной. Иными словами, формирование альтернативных источников доходов может происходить в результате диверсификации деятельности в регионе. Таким образом, применяются два способа поддержки. С одной стороны – создание системы мелкого кредита в сельской местности для финансовой поддержки инициатив жителей. Это могут быть кредитные кооперативы (как в Ленинградской области) или специальные муниципальные фонды (как в Пермском крае). Без государственной финансовой и институциональной поддержки такие самодеятельные институты не могут возникнуть и собрать первоначальный капитал. С другой стороны, нужны облегченные формы регистрации мелкого бизнеса в сельской местности, причем следует исходить из понимания того, что возможные потери из-за недополученных налогов от такого бизнеса несопоставимы с огромными потерями государства в случае его невозникновения.

Сельский туризм обладает мультипликативным характером. Привлечение туристов в поселение создаст рабочие места и принесет доход не только тем, кто предлагает жилье, но и местным кафе, прокату спортинвентаря, организаторам народных праздников и событийных мероприятий, промыслам

и ремеслам, поставщикам мобильных услуг, интернет-центрам и др.

Второе – необходимы государственные усилия по развитию инженерной и социальной инфраструктуры инновационного направления. Так, централизованное инженерное обустройство домов обходится намного дороже автономного обеспечения отдельных домов и групп домов, особенно при энергообеспечении из альтернативных источников. В сфере социальной инфраструктуры все еще преобладают представления о необходимости хорошей школы или больницы в деревне. При современных компьютерных технологиях радикальные решения лежат в плоскости дистанционного обучения и диагностирования, мобильной помощи. В культурном обеспечении отдаленных деревень интернет более важен, чем традиционный клуб или сельская библиотека. Большое значение имеет грантовая поддержка местных инициатив сельских жителей. Она позволяет не только использовать достопримечательности сельских поселений, но и возродить те культурно-исторические объекты, которые сохраняют идентичность сельского поселения. Особое значение имеет позитивный опыт самоуправления и формирования гражданского общества сельского поселения в процессе реализации программы грантовой поддержки местных инициатив.

Третье – необходимо менять задачи сельского образования. До сих пор оно было нацелено на подготовку сельскохозяйственных работников. Однако сельская местность нуждается и в специалистах сферы туризма и сервиса, бытового обслуживания и оказания услуг населению, организаторах кооперативов и др. Помимо традиционного образования, необходима система распространения положительного опыта – нужно эксплуатировать присущую сельским жителям способность быстро перенимать друг у друга позитивный опыт. Для решения этой задачи необходимо активизировать деятельность центров сельскохозяйственного консультирования всех уровней. На федеральном уровне – по методическому и информационному обе-

спечению консультирования по вопросам устойчивого развития сельских территорий; на региональном – по организации центров развития сельских территорий, подготовке специалистов и консультантов, поддержке их деятельности в районах; на районном – по информированию, консультированию и обучению сельских жителей посредством организации полевых школ, публикации информационных бюллетеней, организации обмена позитивным опытом развития сельских поселений.

Общие усилия сообществ поселений, поддержка государственных органов управления и центров сельскохозяйственного консультирования позволят ускорить процесс социально-экономического развития села и повышения уровня жизни его жителей.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

УСТАВ ОБЩИНЫ ДЕРЕВНИ ХОЛМ

1. Общие положения

1.1. Орган территориального общественного самоуправления «Община деревни Холм» (далее – «община») – добровольное самоуправляемое общественное объединение домохозяев и членов их семей, выходцев данной деревни, не потерявших связи с малой родиной и желающих участвовать в жизни деревни Холм Катунинского сельсовета Приморского района Архангельской области.

1.2. Община действует в соответствии с Конституцией Российской Федерации, Уставом Архангельской области, Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», другими законодательными актами Российской Федерации и настоящим Уставом.

1.3. Община строит свою деятельность на основе общности интересов и равноправия граждан, учредивших ее, их свободного волеизъявления с учетом сложившихся исторических традиций и нравственных принципов, во имя блага каждого и благосостояния всех жителей деревни Холм.

1.4. После государственной регистрации община обладает правами юридического лица, может иметь самостоятельный баланс, круглую печать, расчетные и иные счета в банках Российской Федерации.

1.5. Община выступает в качестве истца и ответчика в суде общей юрисдикции, арбитражном и третейском судах, отвечает по собственным обязательствам, но не несет ответственности за обязательства, данные отдельным членом общины.

1.6. Община открыта для домохозяев других прилегающих деревень, признающих данный Устав и готовых вести совместную хозяйственную или иную деятельность, вместе отстаивать свои жизненные интересы в государственных органах.

1.7. Община взаимодействует с Катунинской сельской администрацией, органами управления мунищипального образования «Приморский район», другими органами государственной власти. Взаимоотношения строятся на договорной, равноправной основе с учетом взаимных интересов.

1.8. Община распространяет свою деятельность на территорию деревни Холм и прилегающие земли, определенные местной администрацией и соответствующими государственными органами.

2. Цели и задачи

2.1. Цель общины – объединение усилий граждан для развития своей территории, становление социальной экономики, решение вопросов местного значения, связанных с сохранением и развитием исторически сложившегося на Беломорском Севере уклада деревенской жизни, развитием народных промыслов и ремесел, культуры и обычаев, присущих жителям Поморья, воспитание в сельском жителе чувства хозяина.

2.2. Задачи общины:

- решение совместно с государственными органами вопросов закрепления за общиной территории (земля, лес, водное пространство), необходимой для полноценной деятельности деревенских жителей;
- создание под эгидой общины экономических обществ, маломасштабных и семейных предприятий, кооперативных объединений сельскохозяйственного и иных направлений;
- сохранение и рациональное использование этой территории – среды обитания;
- участие в разработке и осуществлении социальных программ, направленных на повышение уровня жизни и благосостояния жителей деревни, их занятости;
- участие в агрономических мероприятиях, повышающих плодородие общинных земель, забота об увеличении рыбных запасов Холмовского и Лахтинского озер и чистоте этого питьевого источника, охрана и рациональное использование прилегающих лесов;
- содействие экологическому и санитарному оздоровлению деревни и ее окрестностей в сборе и переработке отходов;

• содержание в надлежащем порядке деревенского кладбища, недопущение несанкционированных захоронений;

• развитие базы отдыха и досуга в деревне, оборудование мест проведения сходов, праздников и других массовых мероприятий;

• содействие организации и функционированию местной церковной общины, строительство и поддержание в надлежащем порядке здания местной церкви;

• соблюдение традиционного архитектурного и планировочного облика деревни;

• решение возникающих споров и противоречий внутри общины.

3. Членство

3.1. Членами общины являются домохозяева деревни Холм и члены их семей, достигшие 18 лет, граждане, имеющие юридическое свидетельство на право пользования земельным участком в границах общины. В состав членов общины могут входить выходцы деревни, живущие за ее пределами, но не утратившие с ней связи и желающие вносить вклад в развитие своей «малой Родины».

3.2. Члены общины являются владельцами личной собственности (жилой дом, хозяйственные постройки, приусадебный участок), а также совладельцами общинной собственности (пастбища, луга, прилегающая часть озера, постройки и объекты общего пользования), переданной в ведение общины местной администрацией и согласованной с соответствующими государственными органами.

3.3. Члены общины обладают равными правами и одинаковой ответственностью за соблюдением положений настоящего устава, решений общего собрания и правления.

3.4. Права членов общины:

а) избирать и быть избранным в руководящие органы общины;

б) вносить на рассмотрение руководящих органов общины проекты документов, запросы и предложения, требовать их компетентного рассмотрения (при необходимости привлекать специалистов или экспертов), аргументированного ответа на них, добиваться, в случае положительного решения, воплощения их в жизнь;

в) обращаться в правление общины для защиты своих интересов

и прав, имущества и земли, находящихся в личной собственности, а также за организационной, финансовой и иной помощью;

г) принимать участие в мероприятиях, проводимых общиной, на равных правах пользоваться ее имуществом;

д) получать информацию о расходовании общинных денежных средств, находить и предлагать дополнительные источники пополнения бюджета;

е) пользоваться в установленном порядке всеми видами культурного, бытового и иного обслуживания, находящегося в ведении общины;

ж) свободного выхода из общины (без права востребования уплаченных взносов и установленных по решению схода внутренних сборов) с имуществом и землей, находящимися в личной собственности. За таким жителем деревни остается право пользоваться угодьями, состоящими в общинной собственности, за соответствующую плату.

3.5. Обязанности члена общины:

а) строго выполнять решения схода и правления;

б) неукоснительно соблюдать экологические, санитарные, противопожарные требования, поддерживать в надлежащем порядке свой дом, хозяйственные постройки, а также прилегающие к усадьбе общинную территорию и часть улицы. Эти требования распространяются и на жителей деревни, не являющихся членами общины;

в) бережно относиться к общественному имуществу, предметам хозяйственного обихода общего пользования;

г) деятельность члена общины не должна ущемлять права и интересы других граждан, проживающих в деревне, наносить им вред или ущерб. Все конфликты и противоречия разрешает авторитетная выбранная общим собранием комиссия, а в случае необходимости – общее собрание.

4. Организационная структура и управление общиной

4.1. Община действует в границах данной деревни и закрепленных за ней земель.

4.2. Высшим руководящим органом общины является общее собрание (сход) жителей деревни Холм.

4.3. Общее собрание решает все вопросы, касающиеся жизни общины;

К исключительной его компетенции относятся:

а) утверждение Устава, дополнений и изменений к нему;

б) избрание правления и старосты;

в) определение основных направлений деятельности общины;

г) утверждение планов и отчетов руководящих органов общины;

д) определение размеров вступительных взносов, а также разовых сборов на конкретные цели;

е) утверждение бюджета общины;

ж) прекращение деятельности общины.

4.4. Общее собрание созывается по мере необходимости, но не реже одного раза в год. Экстренно оно может быть созвано по решению правления общины или требованию жителей деревни.

4.5. Решения собрания принимаются, если за это проголосовали не менее трех четвертей от общей численности глав домохозяйств (одно домохозяйство – один голос).

4.6. Исполнительным органом общины является правление.

Правление решает текущие вопросы жизнедеятельности общины в период между общими собраниями, а именно:

а) выполняет представительские функции во взаимоотношениях с органами местного самоуправления, другими юридическими лицами;

б) выступает заказчиком на выполнение работ по благоустройству, ремонту жилого фонда и объектов социального назначения общины с использованием предусмотренных на это средств местного бюджета, собственных финансовых и материальных ресурсов;

в) организует производственную деятельность с целью удовлетворения социально-экономических потребностей членов общины;

г) проводит в деревне проверки: экологические, санитарные и эстетические, а также использования общинных земель и делает соответствующие распоряжения по нарушениям.

4.7. Количество членов правления определяется общим собранием.

4.8. Решения правления становятся обязательными для исполнения, если за это проголосовали все члены правления. Если вопрос не может быть решен членами правления, его выносят на обсуждение общего собрания.

4.9. Члены правления подотчетны общему собранию.

Свою работу они осуществляют на основе данного устава и решений общего собрания.

4.10. Руководит правлением председатель (староста).

4.11. Председатель обладает следующими правами:

а) представлять общину во взаимоотношениях с органами местного самоуправления, государственными органами, юридическими лицами;

б) подписывать документы от имени общины;

в) участвовать в работе общественного совета Катунинской сельской администрации и отстаивать интересы жителей деревни Холм;

г) организовывать и проводить заседания правления, общие собрания жителей деревни Холм. Вместе с секретарем собрания готовить протоколы, вести другую необходимую документацию;

д) добиваться выполнения решений правления и общего собрания.

4.12. Председатель избирается на общем собрании сроком на два года. По истечении этого времени он отчитывается перед общим собранием о проделанной работе.

5. Средства и имущество общины

5.1. Собственные финансовые средства образуются за счет:

а) доходов от производственной деятельности хозяйственных подразделений общины, созданных под ее эгидой;

б) вступительных взносов членов общины;

в) разовых сборов на конкретные цели;

г) доходов от лотерей, аукционов, выставок-распродаж и прочих коммерческих мероприятий;

д) добровольных взносов и пожертвований предприятий, фондов-грантодателей и отдельных граждан;

е) прочих поступлений, в том числе материальных (техника, оборудование, стройматериалы и т.д.);

ж) средств, перечисляемых администрацией муниципального образования на выполнение программ социально-экономического развития территории общины как части муниципального образования.

5.2. Полученные денежные средства не могут распределяться между членами общины, а идут только на выполнение уставных требований. В частности:

а) на оплату выполненных по договору с общиной работ;

б) организационно-хозяйственные нужды;

в) строительство и ремонт дорог, тротуаров, коммуникаций, общественных зданий, техники, инвентаря общего пользования;

г) поддержание чистоты и порядка на территории общины;

д) оплату командировок представителям общины на выполнение уставных задач;

е) благотворительные цели, поддержку престарелых, инвалидов, многодетных семей, погорельцев и других остро нуждающихся жителей деревни.

5.3. Расходование средств производится по утвержденной общим собранием смете (бюджету) и фиксируется финансовыми документами.

5.4. Община может иметь в своем распоряжении здания, сооружения культурно-просветительского и оздоровительного назначения, а также инвентарь, скот, выпасы, природные объекты, попадающие в границы общинной территории.

6. Прекращение деятельности общины

6.1. Решение о ликвидации общины осуществляется в порядке, предусмотренном законодательством, а также по решению общего собрания, если за это проголосовали две трети его участников. Имущество общего пользования распределяется между учредителями и членами общины или передается в ведение местной администрации. Финансы передаются в местную администрацию с условием, что они будут потрачены на нужды жителей данной деревни.

6.2. В случае ликвидации общины по решению суда судьбу имущества и финансов решает суд.

7. Изменения и дополнения в Устав общины

7.1. Изменения и дополнения в Устав общины вносятся только по решению общего собрания, если за это проголосовали не менее двух третей членов.

7.2. Изменения и дополнения в Устав регистрируются в том же порядке и в те же сроки, что и сам Устав.

Приложение

Социальный паспорт деревни

Общие данные:

название населенного пункта и его административная принадлежность;

время основания и историческая справка деревни;

географическое положение (близость автомобильных и железных дорог, судоходных рек, аэропорта, расстояние до районного и областного центров и т.д.).

Население:

общее количество по возрастам (дошкольники, школьники, учащиеся вузов, техникумов, трудоспособный возраст, пенсионеры);

средний возраст;

проживают постоянно или сезонно;

работающие, в том числе в бюджетной сфере;

неработающие, в том числе официально зарегистрированные;

самозанятые (работающие на дому через службу занятости).

Жилье:

общее количество домов;

количество домов, хозяева которых:

- в них прописаны;
- не имеют местной прописки;
- живут постоянно;
- селятся на сезон;

пустующие (брошенные) дома;

дома, на владение которыми:

- оформлены все необходимые документы;
- оформлены частично;
- нет никаких документов.

Хозяйство:

общая площадь:

деревни и прилегающей к ней территории (га);

сельхозугодий:

в частном пользовании;

в коллективном;

пастбищ и сенокосов;

количество фермерских хозяйств;

количество крестьянских хозяйств (подворий);

другие формы собственности на землю (аренда и т.д.);

площадь необрабатываемой или запущенной (резервной) земли;

количество хозяйств с полностью оформленными документами на землю;

общее количество скота: коров, овец, коз, лошадей и т.д.

Производственные характеристики:

действующие или заброшенные мельницы, маслобойки, пилорамы, кузницы и т.д.;

действующие или пустующие помещения производственного назначения и культурно-бытового обслуживания, которые можно использовать (детсады, школы, дома культуры и т.д.);

наличие техники и орудий труда (действующих или брошенных);

промыслы и ремесла, характерные для села;

наличие мастеров (печники, плотники, столяры, кузнецы и т.д.).

Социальная сфера:

работающие учреждения;

работающие временно;

неработающие (причина);

общее количество работающих в этой сфере людей.

Связь:

телефон (прямой, коммутатор);

факс;

интернет, электронная почта;

ТВ-программы;

принимаемые радиостанции;

почтовое отделение.

Энергетика:

источники электроэнергии (локальные, региональные);

количество домов:

с центральным отоплением (мощность котельной);

с печным;

состояние:

электросетей;

теплосетей и котельной;

годовая потребность в дровах, угле, дизельном топливе.

Основные проблемы деревни и их решения.

Существуют ли противоречия между жителями с местной пропиской и так называемыми «дачниками»?

Существуют ли затянувшиеся земельные (межевые) споры между жителями деревни?

Есть ли противоречия, прежде всего по земле, между жителями деревни в целом и соседствующими предприятиями и хозяйствами?

Удовлетворены ли жители деревни работой землемеров местной и районной администраций? Решают ли они земельные споры?

Есть выходцы данной деревни, не потерявшие связь со своей «малой Родиной» и желающие обзавестись здесь землей и построить дом?

Другие противоречия и проблемы.

Социально-культурный потенциал деревни:

предложения жителей деревни по разрешению имеющихся проблем;

наличие лидеров (формальных и неформальных);

положительный хозяйственный опыт;

социально-психологический климат в деревне;

традиционные престольные и иные праздники.

Примечание. Настоящий Устав общины деревни Холм был разработан десять лет назад и представлен на научно-практической конференции «Культура как значимый фактор развития территории», Архангельск, 2005 г. В.С.Садковым, председателем ТОС деревни Холм Архангельской области. Позже он был опубликован в сборнике статей по результатам данной конференции. Ответственный редактор и руководитель конференции О.Г. Севан, канд. архитектуры, член Международного совета по сохранению памятников и достопримечательных мест ИКОМОС и Комитета по селам и малым городам – ЕКОВАСТ. Материал может быть использован как методический пример и практическое пособие по формированию и решению социально-культурных вопросов сельских поселений России.

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ВОПРОСНИК ПО СЕЛЬСКОМУ ПОСЕЛЕНИЮ

***О. Г. Севан*, канд. архитектуры, ведущий научный сотрудник НИИ культурного наследия, член комитетов ИКОМОС и ЕКОВАСТ**

Вопросник ориентирован на работников органов местного самоуправления, краеведов-исследователей, местных активистов, сотрудников музеев, библиотек, школьников и других при консультациях и участии привлекаемых специалистов и экспертов.

Предлагается комплексный анализ или диагностика ресурсов в сельских поселениях на уровне района для дальнейшего использования полученных данных в программах и планах развития поселения и соседних территорий.

Поиск путей и методов взаимосвязи социокультурных, экономических, природно-экологических, ландшафтных, градостроительных аспектов на общем историческом фоне формирования отдельных частей поселения и района с акцентом на управленческие вопросы взаимодействия местных и региональных властей позволит выявить социально-культурные, финансовые и другие приоритеты при разработке и реализации различных программ и проектов развития, осуществить поиск наиболее значимых предложений и определить ограничения для неактуальных проектов в будущем.

Данные об информаторах:
дата записи; ФИО; год рождения;
род занятий (сейчас и ранее); адрес.

Блок 1. Региональные аспекты поселения

1.1. Название населённого пункта: официальное, старое (уезд, стан и пр.) и новое (время изменения названия), народное (русское, этническое: финно-угорское и т.д.).

1.2. Почтовый (административный) адрес:

почтовый индекс;

республика (область);

район;

муниципальное образование (сельская администрация, бывший сельсовет).

1.3. Современное положение сельского поселения в системе области (края, республики) и муниципального района; расстояние от центра поселения до ближайших пунктов.

1.4. Вид населённого пункта: поселение, село, деревня, посёлок городского типа, сельцо, хутор, курень или другое (подчеркнуть).

1.5. Функциональная роль населённого пункта: районный центр, центр сельской или поселковой администрации, посёлок городского типа, центральная усадьба сельскохозяйственного предприятия, рабочий посёлок, часть города, ферма, бригада и т.д. (подчеркнуть) или др.

1.6. Есть ли в этом поселении остановка автобуса, железнодорожного и других видов транспорта?

Блок 2. Историческое поселение – малая Родина. Сведения о происхождении, обычаях и развитии поселения в системе района в прошлом и сегодня

2.1. Предания о возникновении поселения и его названия (приложите дополнительные материалы, если имеются).

2.2. К какому приходу, волости, уезду, губернии оно относилось ранее?

2.3. Было ли это село, деревня, хутор и т.д.; состояло ли оно из ряда околотков, околков, частей, концов и т.д.? Их названия. Динамика развития.

2.4. К какому функциональному и социокультурному типу относилось поселение исторически? Укажите изменения типов во времени исходя из изменения функций.

2.5. Когда были организованы коммуна, колхоз, артель, совхоз, сельсовет, поселение?

2.6. Какие основные функциональные и экономические особенности отличают данное поселение от соседних?

2.7. Какие старые и новые обычаи и обряды бытуют в семьях (в том числе: строительные, хозяйственные, свадебные, похоронные, поминальные, родственные и др.)?

2.8. Какие памятные события происходили в жизни поселения: общественные (ярмарки, народные гуляния, игры и пр.); религиозные (строительство культовых ансамблей, часовен и пр.); стихийные бедствия и т. д. (кратко опишите)?

2.9. Перечень основных христианских, мусульманских и других праздников, их названия, система празднования в течение года (учесть общие праздники, а также женские, мужские, молодёжные, земледельческие, животноводческие, календарные и др.). Их отличия, время празднования. Обряды, совершаемые на праздниках в течение всего года.

2.10. Какие праздники отмечались совместно с другими селениями? Где и как они отмечались и в течение скольких дней?

2.11. Какие народные праздники отмечаются сейчас? Кто их устраивает? Отношение жителей разных социальных групп к участию в таких мероприятиях.

2.12. Имелись и имеются ли специальные места для проведения национальных и религиозных праздников? Где и что происходит?

2.13. Имелись и имеются ли места для проведения молений? Где и на каком расстоянии от селения?

2.14. Отличается ли селение от соседних поселений по обычаям, культуре, языку (диалекту), народной одежде и другим признакам (приведите примеры)?

2.15. Из каких предметов состоит местная национальная одежда, кто её надевает и в каких случаях?

2.16. Какова национальная кухня местных жителей поселения (блюда, напитки и пр.)?

2.17. Места древних поселений, находящихся поблизости: городище, селище, места старого жительства.

2.18. Переселялись ли жители селения на вновь освоенные участки, образуя выселки, сезонные поселения и пр.?

2.19. Занятия населения и народные промыслы (ранее и сегодня): основные (полеводство, овощеводство, животноводство, лесообработ-

ка и др.), плетение из лозы (корзины и др.); резьба по дереву, изготовление утвари (деревянной, металлической и пр.); изготовление ткацкого инвентаря, выделка овчины, кожи, битье шерсти, валяние шерсти; изготовление деревянной посуды, бондарное дело, гончарство, производство кирпича, производство игрушек, отходничество (указать вид); ткачество, вязание, крашение нитей и холста, узорное ткачество, вышивка и др. в XIX – первой половине XX века., в настоящее время (опишите).

2.20. В какой форме развиваются промыслы сейчас (семейный бизнес, товарищество, малое предприятие и т.д.)?

2.21. Мнение о значении промыслов и ремёсел в современности, отношение к развитию традиционных элементов посредством школ, ученичества, кооперации и др. Кто участвует в такой деятельности?

2.22. Как налажены рынки сбыта (торговля, реклама и пр.) изделий народных промыслов или сельхозпродуктов? Ваши предложения по улучшению этой сферы.

Блок 3. Социально-культурные аспекты жизнедеятельности поселения.

Социальные слои и группы населения по интересам. Социально-демографические характеристики и национально-этнические особенности населения, структура семей, занятость, учреждения культуры и социальной сферы

3.1. Ситуации в демографической сфере в советский период и сегодня. Число дворов (домохозяйств/домовладений).

3.2. Численность населения, гендерный состав.

3.2.1. Половозрастной состав.

3.2.2. Возрастной состав лиц моложе 18 лет.

3.2.3. Численность населения за последние 15 лет.

3.3. Есть ли долгожители (старше 75 лет)? Кто они? Как они сохранили свое долголетие?

3.4. Динамика естественной убыли/прибыли населения.

3.5. Образовательный уровень жителей (количество людей с образованием: высшим, средним специальным, средним, неполным, начальным).

3.6. Национальный состав населения.

3.7. Есть ли среди выходцев из поселения известные люди: герои, деятели науки культуры, производства?

3.8. Есть ли лица, имеющие или имевшие высокие правительственные награды (герои труда, орденоносцы, заслуженные работники)?

3.9. Число участников:

Великой Отечественной войны;

афганской и чеченской войн.

3.10. Число погибших:

в Великой Отечественной войне;

в афганской и чеченской войнах.

3.11. Структура занятости населения. Существует ли проблема занятости лиц трудоспособного возраста? Предложения по решению вопросов безработицы (если есть).

3.12. Остаётся ли в поселении молодёжь? Причины, по которым не остаётся. Предложения по решению проблемы.

3.13. Какие главные события произошли в общественной жизни селения в последнее десятилетие?

3.14. Есть ли проблемы в межэтнических отношениях?

3.15. Бытуют ли в селении нерусские имена, фамилии, родовые наречия? Какие?

3.16. Есть ли в поселении знатоки и хранители национальной культуры, бытовых традиций, мастера игры на народных музыкальных инструментах и др.? Кто они, опишите.

3.17. Какие формы народной художественной самодеятельности имелись в поселении в прошлом?

3.18. Современные творческие коллективы, художественная самодеятельность, фольклорная группа (когда они организованы, состав, выступления, достигнутые успехи, репертуар). Имеются ли клуб, спортзал и пр., их роль в проведении досуга и воспитании.

3.19. Существуют ли в поселении рок-ансамбль, группы гитаристов и пр.? Их состав.

3.20. Какие учреждения социальной и культурной сферы имеются в поселении? Их состояние и деятельность. Отношение жителей поселения к клубу, музею и пр.

3.21. Отношение жителей к музею-заповеднику (музею под открытым небом) в собственном поселении, если он есть или будет организован (в селе, деревне). Каким он должен быть? Участие жителей в деятельности такого музея.

3.22. Перечень документов, вещей, предметов, хранящихся в доме, которые могут быть использованы в будущем музее по истории деревни и края. Выяснение возможности передачи их в музей.

3.23. Имеется ли церковь или иное культовое сооружение, если нет, то в каком ближайшем селении и на каком расстоянии оно находится? Какое в социально-культурном контексте оно было: мирское или старообрядческое, приходское или монастырское? Место расположения (в конце деревни, в центре, в лесу или поле, на кладбище и пр.).

3.24. Правонарушения и уровень криминогенности в районе и поселении.

3.25. Имеются ли в поселении телефон, радио, возможность качественного приёма телепередач? Какими средствами массовой информации пользуются жители? Возможность выхода в Интернет.

Блок 4. Социально-экономический аспект поселения (исторический и современный)

4.1. Какие учреждения и предприятия имелись в начале XX века: мельницы (водяные, ветряные, крупорушки), промартель и др. (Подчеркните или допишите)?

4.2. Какие учреждения и предприятия имеются сегодня в населённом пункте: административные здания, контора (правление) сельхозпредприятия, промышленные предприятия, завод, фабрика, колхоз? Каковы формы собственности предприятий? Опишите. Площади территорий, принадлежащие различным организациям и лицам (сдаваемые в аренду, в собственности и пр.).

4.3. В какой форме развиваются ремёсла, промыслы в настоящее время (семейный бизнес, товарищество, малое предприятие и т.д.)?

4.4. Ведущие отрасли производства в населённом пункте (сельскохозяйственное, промышленное, перерабатывающее, другое). Опиши-

те основные проблемы в социально-экономической сфере муниципального образования.

4.5. Место поселения в экономике района. Какова производственная база: фермы (конюшни), механизированный парк, цеха (пункты) переработки, пекарня, прудовое хозяйство, цеха и участки промышленного (в том числе ремонтного) или иного предприятия? Техническая оснащенность. Бюджет поселения и его помесячная динамика (расходная и доходная части).

4.6. Муниципальное имущество, землепользование, жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ).

4.6.1. Имущество поселения.

4.6.2. Землепользование в поселении. Каковы размеры земельной площади предприятий, приусадебного участка для личного подсобного хозяйства (ЛПХ) и др., а также дополнительной площади? Какова деятельность администрации поселения в этой области?

4.7. Как развиты полеводство, садоводство, овощеводство, пчеловодство (в разных типах хозяйств)? Кратко опишите основные культуры, урожайность, товарность. Известные полеводы, садоводы, овощеводы, пчеловоды и др.

4.8. Есть ли фермерские хозяйства и желающие стать фермерами?

4.9. Количество скота, находящегося в личном подворье: лошади, коровы, овцы, куры.

4.10. Развита ли сфера отдыха и туризма в поселении и районе? Есть ли возможность и желающие развивать сельский или культурный туризм? Кто именно, условия приёма. Ресурсы для развития туризма.

Блок 5. Природно-экологические и ландшафтные аспекты поселения

5.1. Что представлял собой ландшафт поселения (природный, культурный) и прилегающих территорий в прежние годы, и как он изменился за последнее время? Что на это повлияло: деятельность людей, строительство предприятий, распашка земель, другое? Опишите.

5.2. Реки и речки, которые протекают вблизи поселения.

5.3. Есть ли родники (ключи), обустроены они или нет? Есть ли озёра, болота, пруды? Опишите, указав местные названия.

5.4. Какие имеются урочища: пашни, луга, овраги, пастбища, водоёмы, леса и лесопосадки (рощи), горы и холмы, впадины, устья, карьеры, дороги и др.? Укажите народные названия всех урочищ.

5.5. Какие дикие животные и птицы, а также виды рыб имеются в поселении и рядом?

5.6. Растительность: породы деревьев, растений и др.

5.7. Каким образом распределялись обязанности между жителями поселения по строительству и благоустройству поселения? Роль и функции сельского мира в этой связи. Современное состояние среды. Опишите.

5.8. Есть ли в поселении водопровод, природный газ, теплоснабжение, канализация, асфальтированные улицы, парк, сквер, место отдыха (лес, река, озеро)? Каково качество инженерной инфраструктуры поселения?

5.9. Откуда жители получают воду: водопровод (домашний), водопроводная колонка (вода из артезианского колодца), колодцы, родник, река, озеро (опишите). Каково качество питьевой воды?

5.10. Основные проблемы в природно-экологической и ландшафтной сфере поселения (опишите). Есть ли, по вашему мнению, угроза для экологической безопасности местности, и в чём она проявляется?

Блок 6. Градостроительная и архитектурно-пространственная ситуация поселения. Жилая, общественная, промышленная и другая застройка поселения, инженерная инфраструктура

6.1. Какова общая форма поселения, какие народные названия улиц. Опишите. (Приложите схему или генплан населённого пункта, если таковые имеются)

6.2. Существует ли генеральный план села? Если да, то когда разработан и утверждён? Динамика поэтапного развития деревень, рабочего посёлка, посёлка городского типа? Имеются ли программы и проекты развития? Опишите основные объекты поселения, историю приватизации и собственности земель.

6.3. Какие учреждения и предприятия имелись в начале XX века: волостное правление, церковь, ярмарка, базар, лавка, школа, аптека, больничный покой, телефонно-телеграфная станция (другие)?

6.4. Сохранились ли памятники жилой народной архитектуры (XVIII-XX вв.): дома, амбары, бани, ветряные мельницы, малые формы (колодцы, ограды, ворота) и др.? Их типы. Отношение к проблеме сохранения историко-культурного наследия в своём поселении и районе, участие местных жителей в такой деятельности.

6.5. Благоустройство поселения: наличие мощёных дорог, выгребных ям, зелёных насаждений и т.д. Общая оценка жилого фонда поселения: доля деревянных, каменных и иных домов (%), время постройки (например, 1940-е, 1950-е, 1960-е гг.). Основные типы домов по конструкции и планировке (Опишите). Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ).

6.6. Из каких строений состоят усадьбы домохозяйств? Каковы обстановка и меблировка домов? Как и чем отапливаются дома? Опишите основные сооружения.

6.7. Опишите церкви и другие культовые постройки (часовни, обетные кресты, мечети, медресе и пр.), если они имеются в поселении и рядом с ним (типология, деревянные, каменные). Места расположения.

6.8. Сколько кладбищ было и есть в поселении, где располагались? Обряды, связанные с погребением.

6.9. Где размещались жилые дома причта, священника, дьяка, служб в разные периоды времени и сегодня?

6.10. Где находился сельский центр, волостная или сельская изба, затем правление колхоза, совхоза и пр.?

6.11. Существовали ли церковно-приходская школа, училище или сельская школа грамоты (сведения о грамотности населения в поселении в дореволюционное и советское время)? Место расположения школы: изба, жилой дом, зимовка, специально построенные для школы здания.

6.12. Места размещения промысловых и ремесленных построек (мельницы, кузницы, пивоварни, пожарки, коптильни, пасеки и пр.).

Их устройство (обмеры, фотофиксация; если они сохранились, приложить).

6.13. Места размещения общественных сходов, жеребьёвок, торгов, ярмарок, торжков – рынков (лавки, магазины, шинки) на территории поселения.

6.14. Дайте детальное описание по теме: «Дом и его жители» (включая разработку генеалогического древа семьи). Приложите на отдельных листах следующую информацию:

- строитель дома. Этапы строительства, перестройки, когда осуществлялись, кем;
- обмеры планов, фасадов, деталей. Фотофиксация;
- декоративное убранство постройки – скульптура, роспись (наружная, внутренняя), резьба и пр. Места расположения. Фото. Местные названия элементов дома, смысл содержания украшения и пр.;
- описание обрядов, совершавшихся при постройке дома;
- перечень лиц, живших ранее или живущих в настоящее время в исследуемом доме. Род их занятий;
- выяснение родственных связей в поселении, их контакты в прошлом и настоящем, составление древа жизни;
- дети, внуки. Где живут, чем занимаются; если они переехали в другое поселение, город, приезжают ли на родину, как часто? Есть ли у них желание вернуться?
- благоустройство дома (отопление, канализация, газ, водопровод). Выяснение предпочтений, желаний и возможностей жителей по дальнейшему благоустройству дома: ремонт, реставрация, реконструкция старой постройки или новое строительство. Какое (на городской манер или в традициях района)? Отношение к реконструкции с целью приёма художников, туристов и пр. на летнее время?

Блок 7. Организация местного самоуправления в поселении

7.1. Основные нормативные правовые акты, регулирующие осуществление местного самоуправления и формы самоорганизации граждан (местного сообщества)? Как формируется нормативная правовая база поселения?

7.2. Структура органов местного самоуправления в поселении. Укажите численность, наименование и способ формирования представительного органа и высшего должностного лица поселения. Укажите численность и структуру исполнительного органа (местной администрации) поселения.

7.3. Существуют ли муниципальные социально-культурные и экономические программы и проекты развития поселения. В каких федеральных и региональных программах участвует поселение? Когда и кем были разработаны? Основные этапы, их реализация.

7.4. Какие традиции сложились в общественной жизни поселения? Какие имеются общественные организации (некоммерческие структуры, союзы, фонды, ТОС) и какова их деятельность? Как взаимодействуют органы местного самоуправления с общественностью? Участвует ли реально население в муниципальном управлении и местном территориальном развитии? Каким образом – собрания, сходы, другое?

7.5. Существует ли партнерство муниципальной власти, бизнес-структур и местного сообщества при решении вопросов местного значения и развития поселения? Лидеры социального участия в поселении: кто они, местные или приезжие, чем занимаются, их цели, программы?

Литература

1. Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года: утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 ноября 2010 г. № 2136-р.

2. Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года.

3. Федеральная целевая программа «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 - 2017 годы и на период до 2020 года»

4. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма В Российской Федерации (2011-2018 годы)»

5. **Андреева Н.П.** Потребности рынка – знания и консультации. – Пятигорск, 2012.

6. **Андреева Н.П.** Методические рекомендации по созданию в субъектах Российской Федерации объектов казачьего агротуризма с использованием отечественного и зарубежного опыта: инструкт.-метод. изд. – М., ФГБНУ «Росинформагротех», 2014.

7. **Бондаренко Л.В.** Российское село в эпоху перемен. М.: ФГУП «ВО Минсельхоза России», 2003.

8. **Волков С.К.** Сельский туризм в РФ: тенденции и перспективы развития // Экономика, предпринимательство и право. – 2012. – № 6.

9. **Горчаков Я.В.** Агротуризм в Европе и США: опыт фермеров // Вестник овощевода. – 2009. – № 3.

10. **Гимпельсон В.** Занятость в неформальном секторе в России: угроза или благо? // Альманах Ассоциации независимых центров экономического анализа. Вып.2: Современные проблемы социальной политики в России. 2004.

11. **Гимпельсон В.** Неформальная занятость в России. Часть вторая. Где концентрируется неформальная занятость? // Альманах Ассоциации независимых центров экономического анализа. Вып.2: Современные проблемы социальной политики в России. – 2003.

12. **Демишкевич Г.М.** Организационно-методическое и информационно-консультационное обеспечение развития альтернативных видов деятельности сельского населения: учеб. пос. – М.: РАКО АПК, 2008.

13. **Демишкевич Г.М., Карпова И.М.** Организация работы информационно-консультационной службы АПК по развитию сельского туризма: метод. реком. – М.: ФГУ РЦСК, 2007.

14. **Здоров А.Б.** Агротуристский комплекс: формирование и развитие: моногр. Российская международная академия туризма. – М.: Логос, 2011.

15. **Здоров С.А.** Развитие культурно-познавательного туризма Московской области в рамках проекта «Зеленое кольцо Подмосковья». Туризм и культура в современном мире: матер. Междунар. науч.-практ. конф., 13-14 октября 2011 г. – СПб: Астерион.

16. **Кундиус В.А., Чермянина В.В.** Проблемы и перспективы агротуризма в регионе // Изв. Алтайского гос. ун-та.– 2011. – № 2.

17. **Капелюшников Р.И.** Занятость в домашних хозяйствах населения. Препринт WP3/2005/01/ Сер. WP3/ Проблемы рынка труда. – М.: ГУ – ВШЭ,2005.

18. **Мерзлов А.В., Овчинцева Л.А., Попова О.А.** Региональный опыт разработки программ устойчивого развития сельских территорий. – М.: Росинформагротех, 2012.

19. **Мерзлов А.В.** Устойчивое развитие сельских территорий (теория, методология и практика): справ. консультанта. – М., 2007.

20. **Мозгунов Н.А.** Сельский туризм как фактор развития территории (на примере Орловской области) // Региональные исслед. – 2010.– № 2.

21. **Нефедова Т. Г.** Сельская Россия на перепутье / Географические очерки. – М.: Новое издательство, 2003.

22. **Панков Б.** АПК: выход на новую траекторию развития. Сельская занятость: нужны не столько деньги, сколько оригинальные решения // Человек и труд. – 2002. – № 8.

23. **Рассохина Т.В., Сеселкин А.С.** Проблемы оценки системы развития туризма в туристской дестинации // Вестник ун-та. – №1. – М.: ГУУ, 2013.

24. **Рассохина Т.В.** Факторы формирования спроса на продукт устойчивого сельского туризма (по результатам маркетингового исследования потребительского рынка Москвы): сб. матер. II Междунар. форума по сел. туризму, 2013.

25. **Фадеева О.П.** Неформальная занятость в сибирском селе // Экономическая социология. – 2001. –Т.2. – №2.

26. **Мухамад Юнус.** Создавая мир без бедности. – М.: Альпина, 2009.

27. Сельский туризм: опыт, проблемы, перспективы развития в России. /В.Г. Савенко, Г.М. Демишкевич, Ю.Л. Колчинский и др. – М.: ООО «Столичная типография», 2008.

28. Сельский туризм и устойчивое развитие сельских территорий: матер. конгресс-совещания I Междунар. форума «Сельский туризм в России», – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2012.

29. Сельский туризм: опыт и перспективы развития: матер. II Междунар. форума «Сельский туризм в России». – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2013.

30. Сельский туризм в России: матер. III Междунар. форума «Сельский туризм в России». – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2014.

31. «Зеленый дом». Организация сельского туризма: метод. пос. – Красноярск, 2010.

32. Методические рекомендации по ведению аграрного туризма. – Изд. Ноосфера, Калужская обл., 2010 г.

33. Роль служб сельскохозяйственного консультирования в устойчивом развитии сельских территорий. – М.: Росагроконсцентр, 2004.

34. Состояние социально-трудовой сферы села и предложения по ее регулированию: ежегодный докл. по результатам мониторинга. – М.: Минсельхоз России, ГНУ ВНИИЭСХ, ФГБНУ «Росинформагротех», 2013.

35. Businesses and jobs in the rural world. OECD, 1992.

36. **Hare P.G.** (2003) The Non-Farm Rural Economy in Transition Countries. Proceedings from Workshops Held in Bucharest and Yerevan, April 2003.

37. **Janowski M.** (2003) Rural Non-Farm Livelihood Activities in Romania, Georgia and Armenia: Synthesis of Findings From Fieldwork carried out at the Village level 2001-2002. Natural Resources Institute, Report No. 2724. March 2003.

38. **Start D.** The rise and fall of the rural non-farm economy: Poverty impacts and policy options. Development Policy Review, 2001.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3
1. Ресурсный потенциал и общенациональные функции сельской местности 10
2. Формирование инициативы сельского поселения по организации сельского туризма.....20
3. Рекомендации по организации туризма в сельском поселении 33
4. Вовлечение женщин и молодежи в новый вид деятельности в поселении.....61
5. Рекомендации центрам сельскохозяйственного консультирования 70
Заключение.....79
Приложения.....82
Литература 103

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ – ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В РАЗВИТИИ ПОСЕЛЕНИЙ

Методические рекомендации

Редактор *Л.Т. Мехрадзе*
Обложка художника П.В. Жукова
Компьютерная верстка *Т.П. Речкиной*
Корректоры: *В.А. Белова, Н.А. Буцко*

gost.e-ecolog.ru

Подписано в печать 04.12.2015 Формат 60x84/16
Печать офсетная Бумага офсетная Гарнитура шрифта Book Antiqua
Печ. л. 6,75 Тираж 1000 экз. Изд. заказ 111 Тип. заказ 580

Отпечатано в типографии ФГБНУ «Росинформагротех»,
141261, пос. Правдинский Московской обл., ул. Лесная, 60

ISBN 978-5-7367-1129-1



gost.e-ecolog.ru