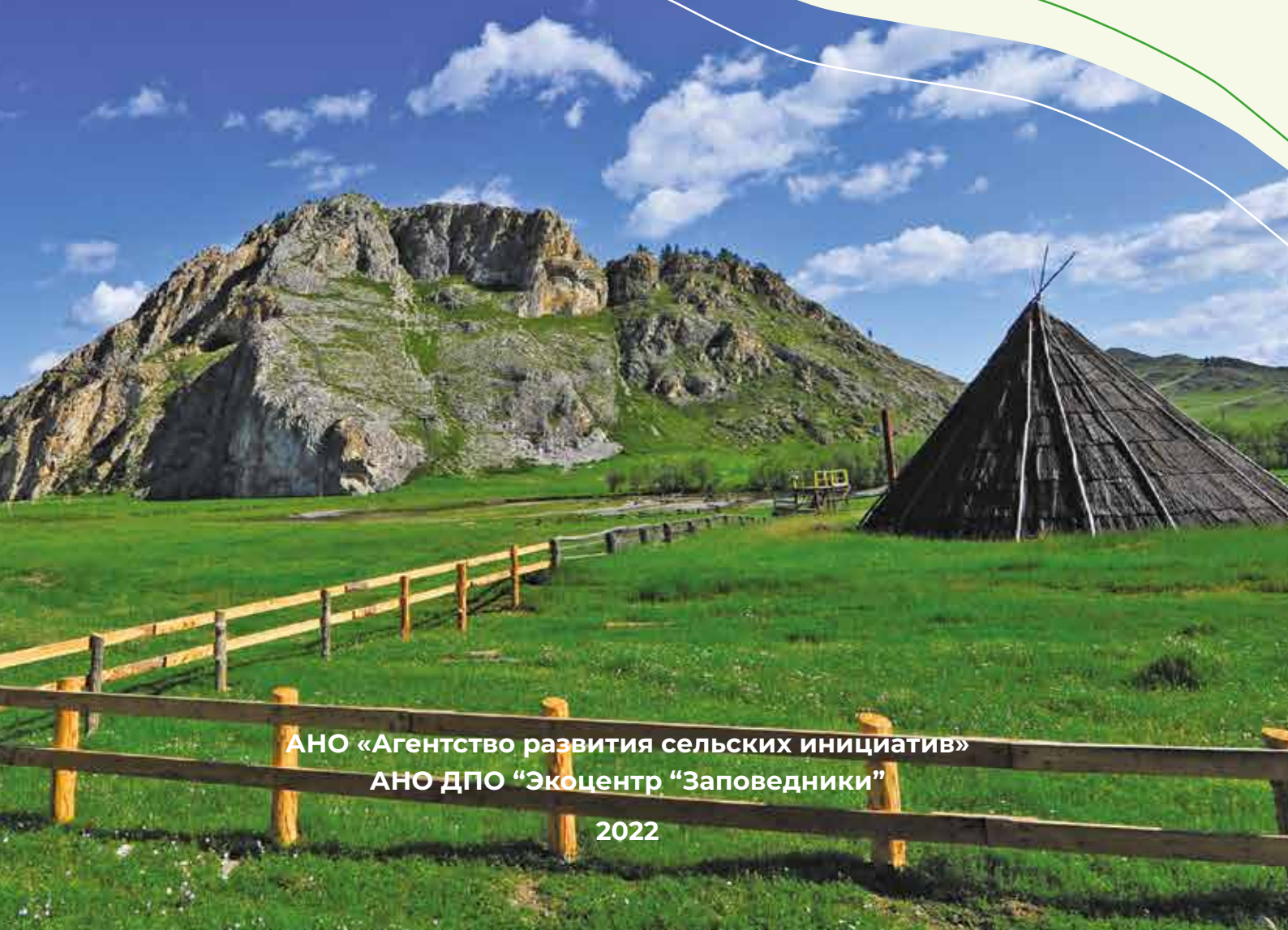


Методическое пособие

# Адаптация объектов сельского и экотуризма к последствиям пандемии COVID-19

Аналитика и успешные практики  
Европы и России



АНО «Агентство развития сельских инициатив»  
АНО ДПО «Экоцентр «Заповедники»

2022

Методическое пособие «АДАПТАЦИЯ ОБЪЕКТОВ СЕЛЬСКОГО И ЭКОТУРИЗМА К ПОСЛЕДСТВИЯМ ПАНДЕМИИ COVID-19. Аналитика и успешные практики Европы и России» — Москва: АНО «АРСИ», Экоцентр «Заповедники», 2022 — 108 с.

Составители: Елизавета Дмитриева, Любовь Колотилина, Светлана Пантюхина, Светлана Копылова, Ива Лебедева

Авторы: Анула Галевска, Ксения Гаспарян, Анна Завадская, Александр Лешин, Анастасия Мирсанова, Светлана Пантюхина, Клаус Эрлих

Консультанты: Юлия Верещак, Полина Григорьева, Екатерина Пилютина, Марина Рубцова, Михаил Яблоков

Редактор: Анастасия Мирсанова

Дизайн, вёрстка: Елена Климова

Фото обложки: Александр Железняк

Начавшаяся в конце 2019 года вспышка коронавирусной инфекции COVID-19, объявленная впоследствии пандемией, стала огромным вызовом для всего мирового туристического сообщества. После введения необходимых эпидемиологических ограничений экотуризм и сельский туризм были практически поставлены на паузу и те, кто был связан с этой отраслью, оказались в ситуации вынужденной неопределенности и стресса. Однако многие организации и частные хозяйства в Европе и в России смогли найти нетривиальные выходы и неожиданных партнеров, придумать необычные идеи, как сохранить и даже иногда расширить туристическую составляющую в непростых условиях пандемии.

В данном методическом пособии не только собраны наиболее интересные примеры адаптации объектов сельского и экотуризма к ситуации во время и после пандемии, но и представлены результаты проведенной авторами работы по анализу ситуации, даны рекомендации по организации эффективной деятельности и полезные советы.

# СОДЕРЖАНИЕ

1. Влияние пандемии COVID-19 на экологический туризм на ООПТ	5
1.1. Что такое экологический туризм	7
1.2. Экологический туризм в концепции устойчивого развития	8
2. Европейские ООПТ — уроки и выводы пандемии	10
2.1 Успешные практики адаптации объектов экотуризма в Европе	14
3. Экотуризм в России: новые стратегии развития в условиях постковидной реальности	39
3.1 Успешные практики адаптации объектов экотуризма в России	44
4. Экотуризм в эпоху COVID-19: кризис или путь к «новой устойчивости»?	55
5. Сельский туризм в Европе до начала COVID-19. Характеристика ситуации в настоящее время и перспективы	59
6. Основные нормы и правила работы сельских туристических объектов в странах Европы	69
7. Ситуация в секторе сельского туризма в странах Европы. Общая картина и практические примеры	80
8. Практические примеры адаптации объектов сельского туризма к последствиям пандемии COVID-19	82
9. Общие рекомендации предпринимателям в сфере сельского туризма по работе в сложных ситуациях	97
10. Секреты эффективной работы. Ассоциации сельского туризма	99
Список источников	105

# 1. ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ НА ООПТ

Общественность впервые столкнулась с коронавирусной инфекцией COVID-19 в декабре 2019 года, а уже 30 января 2020 года ВОЗ объявила эту вспышку чрезвычайной ситуацией в области общественного здравоохранения, имеющей международное значение, и, наконец, 11 марта того же года — пандемией. Вспышка привела мир к кризису, создавшему беспрецедентные угрозы для здоровья, экономики, окружающей среды и социальной сферы. Требовались немедленные действия для минимизации заражения и контроля за распространением заболевания, предположительно вызванного контактом человека с дикой природой.

Как следствие на особо охраняемых природных территориях (ООПТ):

- приостановлена операционная деятельность
- объекты закрыты для посетителей
- рабочие места сокращены
- цепочки поставок нарушены.

Эти меры часто принимались при отсутствии руководящих принципов реагирования на чрезвычайные ситуации, без необходимой финансовой поддержки, знаний и технологий.

Разные ООПТ отмечали разный эффект:

- позитивные аспекты - сокращение числа посетителей, а следовательно загрязнения среды,
- негативные аспекты – уменьшение дохода от проектов в области экотуризма.

Последующий выход из режима строгой изоляции в конце весны и летом 2020 года ожидаемо привел к резкому увеличению посещаемости ООПТ.

**Некоторые природные территории испытали почти 100% увеличение количества посетителей в определенные дни по сравнению с ожиданиями для этого времени года, что привело к превышению допустимой рекреационной нагрузки, некомфортному как для природы, так и для самих туристов. Поэтому руководство ООПТ было вынуждено ввести новые меры, чтобы позволить туристам безопасно посещать территории. При этом ключевой проблемой для популярных ООПТ стала крайняя сложность поиска баланса между требованиями охраны природы и безопасности общественного здоровья.**

- Поощрение посетителей проводить большую часть своего времени в ограниченных и менее уязвимых местах, что приводит к созданию точек постоянного скопления туристов.
- Правила социального дистанцирования вынудили посетителей равномерно распределяться по территории ООПТ, тем самым увеличивая вероятность антропогенного вмешательства в природу.

Кроме того, прямо пропорционально увеличению количества туристов растет и количество нарушений правил поведения на ООПТ, что особенно было заметно в первые месяцы после снятия ограничений.

#### Наблюдаемые проблемы:

- управление отходами,
- общественный порядок,
- шумовое загрязнение и несанкционированные мероприятия,
- рост спроса на оказание первой медицинской помощи и поисково-спасательные операции из-за увеличения числа неопытных туристов.

Еще одной немаловажной проблемой стало увеличение интенсивности дорожного движения и, как следствие, пробок на дорогах и случаев неправильной парковки. Дело в том, что в период пандемии люди предпочли по возможности передвигаться на собственной машине, а не использовать общественный транспорт. Также влиял запрет на организацию туристических групп с сопровождением гидов.

Случаи безответственного поведения туристов и превышения их допустимого количества также привели к конфликтам между местными жителями и посетителями. Конфликты возникали на почве несоответствия местным нормам поведения (неправильная парковка, шум и крики, неправильное обращение с мусором) или потому, что туристы воспринимались как потенциальные «переносчики» вируса и местные жители желали ограничить их доступ на свои территории.

Отмена или изменения в организации образовательных и культурных мероприятий:

- привели к сокращению экономического и социального воздействия,
- уменьшилось влияние экологического образования и просвещения,
- увеличилось число туристов, желающих посещать ООПТ самостоятельно, а не с группой или гидом.

Всё вышперечисленное способствовало увеличению риска и масштабов нарушений в более удаленных и чувствительных областях, а также более общих угроз спокойствию, качеству работы и сохранности ООПТ.

Для решения проблем, связанных с COVID-19, был предпринят ряд мер в разных направлениях.

#### Сдерживание и перенаправление туристических потоков на ООПТ:

- временное закрытие особо популярных локаций,
- одностороннее движение на узких тропах,
- ограничение количества участников экскурсий и количества людей,

одновременно допущенных в помещения (например, рестораны, центры для посетителей, туалеты),

- подсчет посетителей, заходящих на территорию.

#### Сдерживание распространения коронавируса:

- усиленные меры по очистке и удалению отходов,
- запрет на оплату наличными,
- размещение дезинфицирующих средств в ключевых местах,
- предоставление средств индивидуальной защиты персоналу.

#### Смягчение проблемного поведения:

- проведение информационных разъяснительных кампаний,
- установка указателей и стендов с правилами поведения,
- использования цифровых медиа (сайты, социальные сети) для просвещения туристов,
- увеличение количества патрулирующих рейнджеров и присутствие местной полиции.

### **На парковочных зонах устанавливаются информационные указатели с доступным количеством парковочных мест, увеличивается плата за парковку, а также внедряется работа эвакуатора.**

Важным остается вопрос конфликтов с местным сообществом. Поэтому предлагается использовать существующую ситуацию для развития инициатив, которые дают местным жителям больше права голоса в том, что могут и не могут на их территориях делать туристы, а также для продвижения менее углеродоемких способов передвижения.



Самой актуальной и инновационной мерой можно назвать цифровизацию — процесс трансформации бизнеса через внедрение современных технологий, начиная с онлайн-обучения и заканчивая различными онлайн-проектами, позволяющими как генерировать дополнительную финансовую прибыль в условиях ограничения турпотоков, так и продвигать природную территорию, привлекать в дальнейшем новых посетителей, а также повышать осведомленность об ответственном экологическом туризме.

### **1.1. Что такое экологический туризм**

Обсуждая вопросы адаптации туристического сектора ООПТ к ковидной и постковидной реальности, важно иметь четкое понимание того, что такое экологический туризм.

**«Экологический туризм — путешествие с ответственностью перед окружающей средой по относительно ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает “мягкое” воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности» — такое определение экотуризма дает Международный союз охраны природы.**

Существует четыре основных критерия экологического туризма, каждый из которых обязателен для того, чтобы данный вид туристической деятельности можно было назвать экологическим.

1. Экотуризм — это природный туризм, чаще всего понимается как путешествие в дикую природу или на особо охраняемые территории.
2. Антропогенное воздействие должно быть минимальным и контролируемым. Минимальное воздействие обеспечивается созданием соответствующей инфраструктуры и правил посещения. Контроль антропогенного воздействия обеспечивает мониторинг, который на особо охраняемых территориях могут вести штатные научные сотрудники или приглашенные специалисты.
3. Наличие природоохранного эффекта: то есть создание таких условий, когда с туризмом для целей охраны природы будет лучше, чем без него.
4. Интеграция в местную экономику, то есть создание таких условий, когда охрана природы становится экономически выгодной местному сообществу.

Использование всех этих четырех компонентов приводит к формированию гармоничного, устойчивого туризма, направленного в первую очередь на сохранение природы, а также на улучшение благосостояния местного населения.

**Таким образом, для целей сохранения природы экотуризм становится мощным инструментом, который позволяет не только решать насущные природоохранные проблемы, но и создавать устойчивую конструкцию, нацеленную на решение таких проблем в будущем.**

## 1.2. Экологический туризм в концепции устойчивого развития

**Устойчивое развитие — концепция развития общества, при которой удовлетворение текущих потребностей человечества осуществляется без ущерба для последующих поколений.**

В 2015 году на саммите ООН в рамках документа «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» были сформулированы 17 целей устойчивого развития (ЦУР) и 169 соответствующих задач, которые являются своеобразным призывом к действию, исходящим от всех стран мира и, с другой стороны, предназначенным для всех стран мира.

За реализацию ЦУР отвечают:

- государство — реализация и мониторинг;
- бизнес — реализация и поддержка;
- гражданское общество — реализация, поддержка и мониторинг.

Пандемия COVID-19 стала катализатором глобальных социальных и технологических изменений, в том числе в туризме. Глава правления Национального туристического офиса Германии (DZT) Петра Хедорфер (Petra Hedorfer) считает, что после пандемии именно принципы устойчивого развития, внедре-

ние инновационных решений и осознание экологической и социальной ответственности станут определяющими для мирового туризма.

**Учитывая межсекторный характер туризма как вида деятельности, он располагает всем необходимым для внесения вклада во все 17 ЦУР.**

**Для особо охраняемых природных территорий в разрезе экологического туризма наибольшую актуальность имеют 12 из 17 ЦУР: 1, 2, 3, 4, 6, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 17.** (отмечены галочкой)



Для современного потребителя экологичность, устойчивость — это и качественная характеристика, и конкурентное преимущество. При этом устойчивое потребление не означает полный отказ от услуг и получения удовольствия и качества. В настоящее время понимание концепции устойчивого развития и знание ЦУР ООН 2030 играет большую роль для каждого, кто реализует проекты в сфере природоохранной деятельности, развития локального предпринимательского проекта, поддержки местных инициатив, обучения и т.д. На языке устойчивого развития начинают говорить бизнес и государство на всех континентах.

Подробная информация о ЦУР: <http://sdg.openshkola.org/>

В данном методическом пособии для каждого примера успешной адаптации объектов экотуризма к последствиям пандемии COVID-19 указаны ЦУР, реализации которых способствует этот проект.

## 2. ЕВРОПЕЙСКИЕ ООПТ — УРОКИ И ВЫВОДЫ ПАНДЕМИИ

Два года пандемии COVID-19 стали не только эпохой новых вызовов, но и временем новых выводов.

Сейчас уже можно говорить о том, что европейские особо охраняемые природные территории пострадали от пандемии меньше, чем ООПТ других континентов. Тем не менее и им был причинен ощутимый ущерб. Но можно ли и в этой ситуации использовать старинную поговорку нет худа без добра? В европейских ООПТ уже сделали выводы из уроков, которые преподнес COVID-19. Эти выводы касаются финансово-экономических, социальных, экологических, эколого-просветительских, природоохранных аспектов и согласуются с выводами, сделанными по всему миру. Пожалуй, можно говорить, что уроки пандемии — это и есть то самое добро, без которого не обходится ни одна кризисная ситуация.

### Урок 1. Туризм — наше всё?

Специалисты Франкфуртского зоологического общества подсчитали, что в 2020–2021 годах бюджеты европейских ООПТ в среднем оставались неизменными. Однако особо охраняемые природные территории и жители таких территорий даже в самых развитых странах Старого Света ощутили зависимость от доходов, получаемых от туризма.

**Когда европейские правительства объявили локдаун, туризм «встал»: туристические потоки внутри стран и из-за границ неожиданно иссякли. ООПТ тут же прекратили получать доход от входа и въезда туристов, использования ими инфраструктуры. Местные жители лишились дохода от предоставления гостиничных и экскурсионных услуг, услуг в сфере питания, от изготовления и продажи сувенирной продукции. Лишь в немногих европейских ООПТ были заблаговременно созданы стабилизационные фонды, которые позволили нивелировать негативные последствия локдауна. Создание «финансовых подушек» европейскими ООПТ было обусловлено зависимостью размеров и направлений потока туристов от политической воли правительств. Руководство многих ООПТ также осознавало, что эти потоки могут измениться или прекратиться в случае террористических атак или природных и техногенных катастроф. Однако именно к пандемии ни одна ООПТ готова не была.**

Финансовые надежды ООПТ разделились:

- поддержка государства и международных организаций – оправдались;
- поддержка бизнеса – не оправдались.

Для дальнейшего планирования финансовой и экономической деятельности ООПТ с поправкой на возможные риски необходимо:

- предусмотреть диверсификацию источников финансирования природоохранной деятельности;

- разработать программы поддержки местного населения как основного выгодоприобретателя от деятельности ООПТ, например из стабилизационных фондов или государственных программ финансирования.

Пример целенаправленной поддержки местного населения — проект «Аутентичное побережье Амальфи», направленный на поддержку местного населения, потерявшего основной источник дохода в результате сокращения туристического потока. Подробное описание проекта см. в разделе «Успешные практики адаптации объектов экотуризма в Европе».

### Урок 2. Галопом по Европам.

В целом, по сообщениям Франкфуртского зоологического общества, до 90% мероприятий, запланированных европейскими ООПТ на период, совпавший с пандемией, были выполнены. Пришлось отказаться от некоторых мероприятий по взаимодействию с местным населением, обучению персонала и биомониторингу.

**Некоторые правительства сочли, что пандемия — это, напротив, отличный повод наращивать усилия по развитию туристической инфраструктуры на ООПТ.**

Пример: Правительство Исландии посчитало, что в этой стране, значительная часть дохода которой формируется экологическим туризмом, период почти нулевой туристической нагрузки — наиболее удобное время, чтобы закончить многие ранее начатые инфраструктурные проекты на природоохранных территориях:

- туристы не видят рабочий процесс;
- к моменту возобновления туристической законченные инфраструктурные проекты активности будут удерживать туристов на определенной территории.

Многие специалисты и туроператоры считают, что в «постковидную эпоху» с ее тенденцией к подорожанию транспортных услуг и закрытием границ люди с меньшей вероятностью будут «нестись галопом по Европам», выбирая не несколько коротких отпусков в год, как раньше, а один-два более продолжительных и проводить их в одном месте.

А значит на ООПТ:

- туристы будут дольше пользоваться инфраструктурой, больше тратить на приобретение товаров и услуг, произведенных местным населением, лучше и глубже узнавать местные природные достопримечательности, культуру, традиции;
- туристы будут приходить к более глубокому и внимательному отношению к природе и культурному наследию и в итоге снизится излишняя рекреационная нагрузка на ООПТ.

### Урок 3. Все на природу!

**В период пандемии, когда рекреационная нагрузка на ООПТ снизилась до минимума, возросла нагрузка на прилегающие к ООПТ земли, что негативно сказалось и на заповедных территориях. После отмены ограничений антропогенное воздействие на природоохранные территории начало расти пугающими темпами.**

При этом речь идет не только о горожанах. Исследования, произведенные в Европе, показали, что сельские жители и жители прибрежных районов оказались склонны к нарушению границ ООПТ и к незаконной деятельности на заповедных землях:

- установлен рост количества фактов браконьерской охоты на некоторых ООПТ и рыбной ловли в пределах Морских охраняемых территорий.
- увеличение числа случаев незаконной деятельности составило 48% по сравнению с «доковидными временами».
- многие задержанные браконьеры ссылались на ухудшение качества жизни и доходов в период пандемии, что подтолкнуло их к нелегальной деятельности.

Европейские специалисты делают вывод, что в период кризисов необходимо активизировать мероприятия по поддержке местного населения и владельцев прилегающих к ООПТ земель и сельскохозяйственных угодий, чтобы мотивировать их на действия, способствующие защите природы, а не препятствующие ей.

### Урок 4. Воздух настолько очистился, что...

Многие помнят шутку: во время локдауна воздух и вода в Европе настолько очистились, что в каналы Венеции вернулись дельфины. Действительно, в некоторых европейских ООПТ был зафиксирован рост численности редких видов.

**Однако европейские экологи еще в самом начале пандемии выражали опасения по поводу того, что взрывной рост рекреационной нагрузки по окончании локдауна может нанести серьезный ущерб тем представителям редких видов, которые постарались занять освободившиеся от туристического потока локации. Однако, так это или нет, сказать пока сложно. Сокращение финансирования ООПТ и перевод сотрудников на дистанционную работу и ковидные ограничения повлияло на качество мониторинга окружающей среды, поэтому на текущий момент экологам просто не хватает данных.**

Выводы, которые сделали специалисты ООПТ:

- вне зависимости от экономических возможностей государств и самих заповедных территорий ООПТ должны быть в достаточном объеме снабжены беспилотными средствами наблюдения, мониторинга и охраны;

- должны быть разработаны и приняты изменения в правилах деятельности сотрудников отделов охраны ООПТ в условиях кризисных ситуаций.

В целом пандемия COVID-19 дала толчок к развитию технологий удаленного мониторинга и дистанционных средств охраны ООПТ.

### Урок 5. Локдаун — двигатель прогресса.

Дистанционной стала и работа сотрудников ООПТ, не связанных напрямую с охраной и мониторингом. Журнал «Паркс» (Parks) в специальном выпуске № 27 за март 2021 года указывает, что руководство некоторых ООПТ даже сочло формат работы таких сотрудников из дома продуктивным.

Плюсы дистанционного формата работы для ООПТ, которые отмечают сами специалисты ООПТ:

- быстрый и эффективный обмен опытом между различными ООПТ не только на территории Европы, но и по всему миру,
- онлайн-обучение для сотрудников - курсы повышения квалификации стали более доступными,
- внедрение онлайн-инструментов для работы с посетителями - виртуальные туры, онлайн-экскурсии, видеоролики и клипы, онлайн-мастер-классы, семинары и вебинары, стримы на каналах в социальных сетях, дистанционные занятия с учениками местных школ.

Сетевая активность — это зачастую инициатива самих сотрудников ООПТ, которые, с одной стороны, не хотели оставаться без привычной деятельности во время локдауна, а с другой — осознавали, что локдаун можно использовать в интересах экологического просвещения.

**Сотрудники ООПТ отмечают необходимость:**

- **обучения сотрудников обращению с вновь создаваемыми и поступающими в оборот технологиями;**
- **создания протоколов и правил онлайн-взаимодействия как между заповедными территориями, так и с виртуальными посетителями ООПТ;**
- **предоставления равных возможностей участия ООПТ в онлайн-мероприятиях вне зависимости от экономических возможностей государств и самих заповедных территорий.**

Выводы сотрудников европейских ООПТ:

- следует признать первоочередную важность взаимодействия с местным населением как гарантии сохранения биоразнообразия;
- заповедным территориям необходимо совершенствовать систему управления и планирования,
- в рамках глобального сотрудничества между ООПТ и иными природоохранными организациями нужно принимать совместные инициативы, разрабатывать всеобщие стратегии и политики сохранения биоразнообразия, природного и культурного наследия, вести пропаганду здорового образа жизни.

## 2.1 УСПЕШНЫЕ ПРАКТИКИ АДАПТАЦИИ ОБЪЕКТОВ ЭКОТУРИЗМА В ЕВРОПЕ

### АВСТРИЯ

## СБОР СРЕДСТВ ДЛЯ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ГОРНОЙ СТАНЦИИ, ИНИЦИИРОВАННЫЙ БРЕНДОМ ЭКИПИРОВКИ ДЛЯ ГОРНОГО ТУРИЗМА КОМПАНИЕЙ SALEWA

Кто реализует	• Бренд Salewa
Целевая аудитория	• Местные жители и туристы
Ссылка на проект	• <a href="https://www.alpenverein.at/portal/news/aktuelle_news/2020/2020_06_17_glocknerbiwak-salewa3000.php">https://www.alpenverein.at/portal/news/aktuelle_news/2020/2020_06_17_glocknerbiwak-salewa3000.php</a>

### Содействие реализации ЦУР 15,17

#### О проекте

Австрийский бренд экипировки для горного туризма SALEWA запустил акцию, в рамках которой предложил любителям горного туризма и профессиональным альпинистам подняться на одну из вершин 784 гор, расположенных в австрийских Альпах. За каждую опубликованную в инстаграме фотографию восхождения с хештегом #SALEWA3000 в период с 2 января 2020 года по 31 декабря 2020 года бренд перечислял 5 евро на восстановление бивака на горе Гросглокнер.

За период проведения акции было опубликовано 3700 фотографий, а сама компания округлила сумму пожертвований до 20 тыс. евро и направила ее в Альпийскую ассоциацию Alpenverein для реновации базы Гросглокнер.

#### Описание проблемы / предпосылки — краткая история

Австрийский клуб горного туризма и альпинизма Alpenverein начал дорогостоящий проект по реновации бивака на горе Гросглокнер. Небольшая база на высоте 3205 метров, построенная в 1950-х годах, стала уже слишком маленькой, а кроме того, нуждается в срочном ремонте. Там нет стола, нет кухонных принадлежностей, а в дни с хорошими погодными условиями в ней не хватает места для всех желающих. В биваке на самой высокой горе Австрии могут разместиться всего восемь человек.

Бренд SALEWA решил финансово поддержать Alpenverein в проекте и запустил акцию #SALEWA3000.

#### Актуальность в связи с COVID-19

В связи с пандемией интерес к активным видам отдыха (в том числе к горному туризму) резко вырос. Отдых на природе стал единственным возможным видом туризма в период пандемии. Более того, люди стали более осознанно относиться к природе и к сообществам, к которым они принадлежат. Поэтому акция, запущенная SALEWA, получила большой отклик.



#### Механизм реализации

Любители горного туризма и альпинизма, а также профессиональные спортсмены получили возможность помочь реконструкции бивака, поднявшись на один из «трехтысячников» австрийских Альп и опубликовав фото с покоренной вершины в инстаграме под хештегом #SALEWA3000.

За каждую опубликованную фотографию бренд SALEWA перечислял в Alpenverein 5 евро, которые шли на восстановление бивака на горе Гросглокнер.

#### Возможность тиражирования опыта

Подобный опыт партнерства между некоммерческой организацией и частным бизнесом может быть применен и в других местах. Подобные акции помогают некоммерческим организациям собрать необходимые средства на крупные проекты, а компаниям — улучшить свой имидж.





### Адаптация к ковидной реальности

Через три месяца после старта акции, в начале марта, случился перерыв из-за первых ограничений и локдауна, введенных из-за COVID-19. В июле акция была возобновлена. Ввиду новых ограничений акция была досрочно завершена 6 ноября.

### Природоохранный эффект

Наличие обустроенной базы помогает сделать восхождения более организованными, что помогает уменьшить нагрузку на природные экосистемы. Также подобные акции вовлекают туристов и спортсменов в природоохранную деятельность, что способствует более осознанному поведению во время восхождений.

### Возможность участия местных жителей

Идея проекта заключается именно в том, чтобы вовлечь всех любителей горного туризма, в том числе среди местных жителей, в восстановление горной базы. Это не только дает прямой природоохранный эффект, но и делает восхождение более комфортным для туристов.



## ГЕРМАНИЯ

# ЛЕСНЫЕ ТРОПЫ “ПУТЬ ОСОЗНАННОСТИ”

Кто реализует	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ассоциация защиты немецких лесов Schutzgemeinschaft Deutscher Wald (SDW)</li> </ul>
Целевая аудитория	<ul style="list-style-type: none"> <li>Местные жители и туристы</li> </ul>
Партнеры / поддержка государства	<ul style="list-style-type: none"> <li>Агентство по возобновляемому сырью (FNR)</li> <li>Федеральное министерство продовольствия и сельского хозяйства (BMEL)</li> </ul>
Ссылка на проект	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.sdw.de/wald-entdecken/aktivitaeten/achtsamkeitspfad/https://www.sdw.de/fileadmin/Bundesverband/Bilder_Dateien/Wald_entdecken/Aktivitaeten/Achtsamkeitspfad/Achtsamkeitspfad_%C3%9Cbungen_Schriftform.pdf">https://www.sdw.de/wald-entdecken/aktivitaeten/achtsamkeitspfad/https://www.sdw.de/fileadmin/Bundesverband/Bilder_Dateien/Wald_entdecken/Aktivitaeten/Achtsamkeitspfad/Achtsamkeitspfad_%C3%9Cbungen_Schriftform.pdf</a></li> </ul>

### Содействие реализации ЦУР 3, 15

#### О проекте

«Путь осознанности» — проект, помогающий людям получить максимально позитивный и наполненный опыт от посещения леса. В лесу оборудованы специальные тропы, на всей протяженности которых установлены таблички со специальными упражнениями, которые предлагается выполнить туристам. Упражнения разбиты на шесть категорий, которые подразумевают активацию различных чувств человека: дыхание, запахи, слух, ходьба, зрение и тактильные ощущения. Цель проекта — помочь людям отдохнуть от ежедневного стресса, успокоиться, а также восстановиться после перенесенных болезней (собственно, поэтому первая тропа появилась недалеко от больницы).

#### Описание проблемы/ предпосылки — краткая история

Идея была предложена в 2018 году молодыми участниками проекта «Европейская летняя школа. Создание лесных впечатлений», перед которыми стояла задача придумать новые способы времяпрепровождения в лесу. Тропы «Путь осознанности» основаны на немецкой философии «Waldeinsamkeit» («Единение с природой»), что значит просветленное, возвышенное чувство, которое может прийти от одиночества в лесу.

Два года назад в лесу Бонн-Бад-Годесберг была создана первая тропа проекта «Путь осознанности». Тропа оказалась настолько популярной и востребованной, что ее было предложено тиражировать другим муниципалитетам. В настоящее время по всей стране насчитывается двенадцать троп.



### Актуальность в связи с COVID-19

В связи с пандемией Covid-19 и продолжающимися ограничениями на национальном и местном уровнях философия Waldeinsamkeit становится всё более популярной.

Исследование, опубликованное прошлым летом Европейским лесным институтом в Бонне, показало, что открытие для посещения охраняемого участка леса в Северном Рейне — Вестфалии во время первого и второго карантинных вызвало беспрецедентный рост числа посетителей, при этом количество отдыхающих в лесу увеличилось вдвое. Авторы пришли к выводу, что бум, вызванный COVID-19, показал: немцы снова начали ценить уединение на природе, при этом леса остаются важной инфраструктурой для национального здравоохранения и общества в целом.



### Механизм реализации

На сайте проекта размещена карта с отмеченными на ней маршрутами. Протяженность троп составляет около 2 км, по всему маршруту расположено шесть информационных табличек с упражнениями.

На каждое упражнение отводится пять минут, и в целом авторы проекта рекомендуют закладывать полтора-два часа на прохождение всего маршрута. Упражнения можно скачать заранее на сайте проекта или воспользоваться QR-кодами на информационных табличках непосредственно на тропе. Задания представлены в виде pdf-файлов для распечатывания и в виде звуковых файлов. Примечательно, что для аудиофайлов можно выбрать мужской или женский голос. Для записи аудиофайлов были привлечены практикующие тренеры.

Участник отправляется в путешествие и выполняет задания в нужных точках. На некоторых маршрутах предлагаются также групповые прогулки с практикующими тренерами.

### Возможность тиражирования опыта

По данным Немецкой ассоциации защиты лесов, информационные стенды и тексты были разработаны таким образом, чтобы их можно было поставить в любом лесном массиве любого немецкоязычного региона. Рекомендуются тихие, менее посещаемые лесные участки, а также леса в непосредственной близости от больниц, реабилитационных центров или психоневрологических учреждений.

*«Комплекс объединяет несколько дыхательных, умственных и физических упражнений и разработан таким образом, чтобы его можно было использовать в любом лесу мира, а не только в Германии»,*

— сказал руководитель проекта Торстен Мюллер.



### Адаптация к ковидной реальности

Участникам проекта предлагается самостоятельно проходить маршрут, не контактируя с организаторами.

Для большего эффекта маршрут предлагается проходить в одиночку. Такое взаимодействие с лесом предполагает снижение стресса, психологическую разгрузку в непростой эпидемиологической ситуации, а также восстановление после перенесенных болезней.

### Природоохранный эффект

Повышение осознанности туристов, понимания ответственности по отношению к природе.

### Возможность участия местных жителей

Авторы проекта предлагают всем заинтересованным сторонам (например, ООПТ, туристическим бюро или лесным администрациям) содействие в создании «Тропы осознанности» на своей территории.



## ИРЛАНДИЯ, УЭЛЬС

# LIVE

## (LLŶN IVERAGH ECOMUSEUMS)

Кто реализует	<ul style="list-style-type: none"> <li>University College Cork (UCC), Ирландия</li> </ul>
Целевая аудитория	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ирландские, валлийские и другие иностранные гости и местные сообщества</li> </ul>
Партнеры / поддержка государства	<ul style="list-style-type: none"> <li>Финансируется совместно с Европейским фондом регионального развития в рамках программы сотрудничества Ирландия — Уэльс. Проект реализован в сотрудничестве между UCC, Партнерством по развитию Южного Керри CLG и Советом графства Керри. UCC является ведущим партнером проекта, а доктор Пэт Мири и доктор Фидельма Батлер — старшими ответственными сотрудниками</li> </ul>
Ссылка на проект	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.ecomuseumlive.eu/">https://www.ecomuseumlive.eu/</a></li> </ul>

### Содействие реализации ЦУР 1,8,14,15,17

#### О проекте

Конечная цель проекта LIVE (Llŷn Iveragh Eco-museums) — помочь сообществам прибрежных территорий продемонстрировать свои природные и культурные ценности, тем самым создавая потенциал для устойчивого туризма, особенно вне пиковых туристических сезонов. В качестве продолжения проекта на полуострове Айверах будет построен Экомузей, а на полуострове Ллин в соответствии с целями проекта LIVE будет реконструирован музей Ecomgueddfa.

LIVE создает мощный набор цифровых и нецифровых ресурсов для экологического и образовательного туризма, основанный на парадигме кооперативного маркетинга Ecomuseum. Знания о местных особенностях полуострова Ллин в Гвинедде и полуострова Айверах в Керри являются дополнительным плюсом для этих ресурсов.

На обоих полуостровах проект организует семинары, образовательные программы и сессии по обмену знаниями, чтобы сформировать группу активных амбассадоров Экомузея и ученых различных специальностей, компетентных в цифровом маркетинге и вовлеченных в местную среду. Проект рассчитан на 2020–2023 годы.

#### Описание проблемы/ предпосылки — краткая история

Проект LIVE направлен на содействие новому инклюзивному способу совместной работы, который использует все существующие преимущества местности и способствует достижению «здоровья» окружающей среды и со-

обществ в каждом регионе, в котором проект реализуется. Более того, LIVE направлен на то, чтобы дать возможность каждому сообществу развить собственную уникальную индивидуальность и по максимуму использовать туристический сезон, не ставя при этом под угрозу экологическую устойчивость и благополучие местных жителей.



#### Актуальность в связи с COVID-19

В связи с проблемами, возникающими в результате пандемии для сообществ прибрежных территорий и туристического сектора в целом, LIVE использует уникальную модель Экомузея. Именно она позволяет обеспечить устойчивый рост популярности сообществ полуострова Ллин в Гвинедде и полуострова Айверах среди населения других регионов. Эта модель не только обеспечивает развитие устойчивого туризма, смягчающего сезонные колебания и повышающего экологическую осведомленность. Она также стремится к тому, чтобы местные сообщества получали социально-экономические выгоды от проекта, который строится вокруг их ресурсов. Такие модели развития туризма оказываются крайне важными, поскольку в настоящее время сектор меняется в сторону устойчивости и жизнеспособности дестинаций.

**live**

## Discover Iveragh's Geology

Learn about the fascinating origins of Iveragh, its geological history and the processes that continue to mould and shape its landscapes.

Join us for one of our free weekend talk and fieldtrip sessions with geologists Dr Pat Meere and Anna Collyer.

Talk - St. Michael's Church, Waterville, 12th Nov 2021, 6.15pm - 8.15pm  
Fieldtrip - Meeting in Waterville, 13th Nov 2021, 10am - 3pm

For more information and to register visit:  
[www.ecomuseumlive.eu/geology-fieldtrips](http://www.ecomuseumlive.eu/geology-fieldtrips)  
For enquiries, please email: [live@ucc.ie](mailto:live@ucc.ie)

## Механизм реализации

На первом этапе университеты-партнеры и сообщества собирают данные по темам, представляющим интерес для местных жителей и посетителей, а также по пробелам в существующих экологических знаниях. Новые или улучшенные впечатления от встречи с природой, научные исследования, проекты по наблюдению за природой и маршруты к природным достопримечательностям — всё это ложится в основу туристических продуктов, которые будут разработаны.

Далее все они будут объединены в единый бренд, а также будут собраны в коллекцию визуально привлекательных, легко доступных цифровых и нецифровых ресурсов.

LIVE использует концепцию Экомuzeя — совместного брендинга природных особенностей местности на основе сообщества. В рамках работы Экомuzeя местные жители могут принять участие в семинарах по повышению квалификации и программах амбассадоров территорий в рамках совместной работы. Это позволит им принять участие в работе над стратегией цифрового маркетинга, а также развивать местную среду и культуру.

## Возможность тиражирования опыта

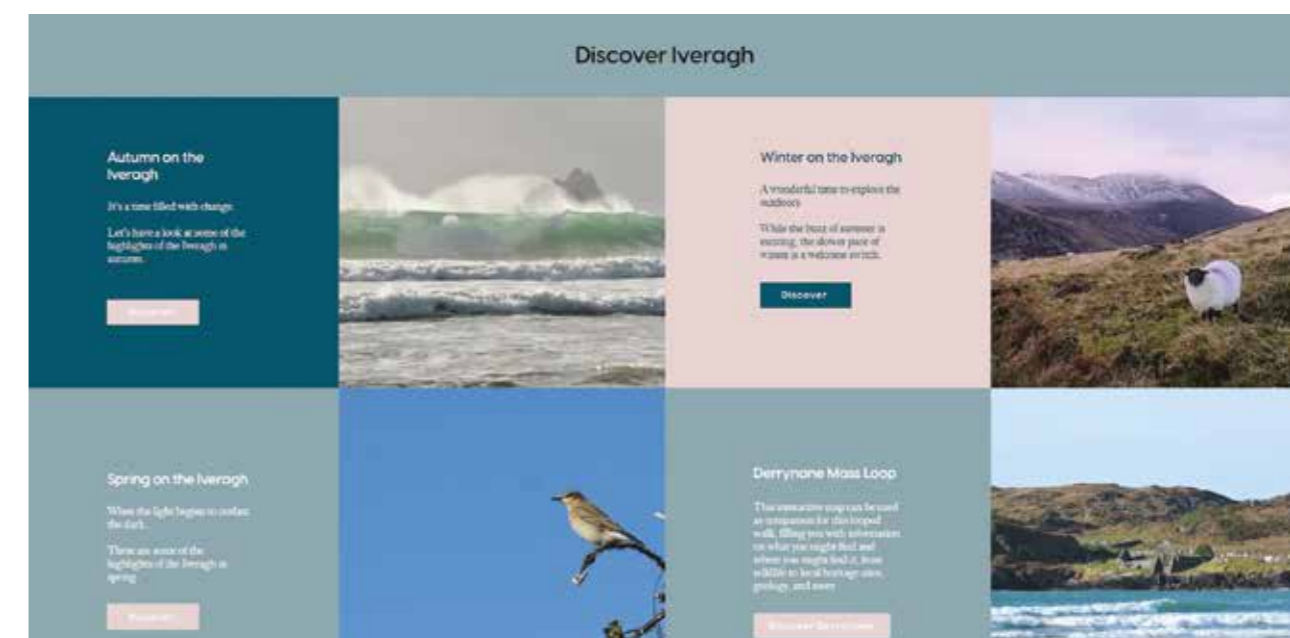
Для полуострова Айверах модель Экомuzeя является совершенно новой, однако она опирается на несколько уже существующих общественных инициатив. В Уэльсе действует инициатива #Ecoatgueddfa. Однако от данного проекта LIVE отличается то, что в нем сделан новый акцент на природное наследие, которое дополнит существующие туристические предложения по культурному наследию. Поскольку проект опирается на предыдущие инициативы, он может послужить образцом для будущих разработок в других сообществах прибрежных территорий.

Благодаря концепции Экомuzeя LIVE входит в число международных проектов по развитию туризма на базе местных сообществ с упором на так называемые восходящие и регенеративные решения. Именно это позволяет развивать сильные бренды туристических дестинаций, привлекающие туристов. Именно на таких территориях туристы остаются и тратят деньги на месте.



### Адаптация к ковидной реальности

Поскольку проект находится в постоянном развитии, в настоящее время, в условиях пандемии, необходима адаптация в процессах, включающих взаимодействие с местными сообществами. В рамках проекта Iveragh Lizards, например, LIVE планирует организовать публичное мероприятие по типу talk & walk, чтобы показать местным жителям некоторых рептилий в их естественной среде обитания. Однако подобные мероприятия также переносятся на цифровые платформы, чтобы максимально вовлечь эти сообщества и обеспечить регулярное обновление информации через социальные сети. Кроме того, все мероприятия LIVE подразумевают ограниченное количество мест, а также меры безопасности в соответствии с государственными ковидными ограничениями.



## Природоохранный эффект

Проект LIVE оказывает прямое положительное воздействие на местную окружающую среду, поскольку он будет способствовать разработке устойчивых туристических продуктов в рамках концепции Экомuzeя, усиленной новыми и существующими знаниями о природной среде каждого места.

Проект также способен выявить пробелы в существующих экологических знаниях и будет создавать продукты с улучшенным набором впечатлений от общения с природой для повышения осведомленности.

Кроме того, проект LIVE предлагает программы и ресурсы по экологическому образованию как для жителей, так и для посетителей.

## Возможность участия местных жителей

Поскольку целью проекта LIVE также является повышение социально-экономической выгоды для местных сообществ, они постоянно участвуют в проекте посредством семинаров, программ для амбассадоров, бесед с населением и т.д.





ИСЛАНДИЯ

## СТРОИТЕЛЬСТВО ИНФРАСТРУКТУРЫ В ОКРЕСТНОСТЯХ БАЗАЛЬТОВОГО КАНЬОНА STU LAGIL

Кто реализует	<ul style="list-style-type: none"> <li>Управление по туризму Исландии (Icelandic Tourist Board)</li> </ul>
Целевая аудитория	<ul style="list-style-type: none"> <li>Местные жители и туристы</li> </ul>
Партнеры / поддержка государства	<ul style="list-style-type: none"> <li>Министерство по туризму, Министерство по окружающей среде и природным ресурсам, Фонд охраны туристических объектов</li> <li>(Tourist Site Protection Fund)</li> </ul>
Ссылка на проект	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.ferdamalastofa.is/en/moya/news/category/1/additional-funding-for-further-development-of-tourist-attractions">https://www.ferdamalastofa.is/en/moya/news/category/1/additional-funding-for-further-development-of-tourist-attractions</a></li> </ul>

### Содействие реализации ЦУР 9,15

#### О проекте

В то время как многие туристические дестинации в 2020 году сокращали свои бюджеты, правительство Исландии выделило рекордные 13,6 млн долларов США (что на 40% больше обычного) на строительство необходимой туристической инфраструктуры на территории природных объектов. Благодаря выделенным средствам на территории базальтового каньона Stuðlagil, пользующегося огромной популярностью среди туристов, появились специально оборудованные тропинки, парковки, туалеты и прочие объекты, необходимые для приема туристов и регулирования туристских потоков. Это позволит снизить нежелательную нагрузку на окружающую среду и обеспечить сохранность уникальных природных объектов.

#### Описание проблемы/ предпосылки — краткая история

Базальтовый каньон Stuðlagil никак не продвигался туристическими организациями Исландии и был открыт самостоятельными туристами. Именно туристы создали первый в интернете сайт об этом природном объекте. Место резко набрало популярность, и его стало посещать огромное количество путешественников. Природный объект был не готов к таким туристским потокам, что не только делало его посещение некомфортным и даже опасным, но и вело к деградации природных экосистем.



#### Актуальность в связи с COVID-19

В связи с пандемией COVID-19 и остановкой туризма правительство решило не терять времени и построить всю необходимую инфраструктуру, чтобы обеспечить посетителям комфортное и безопасное времяпрепровождение и уберечь природный объект от деградации.



#### Механизм реализации

По решению министерства туризма и министерства по окружающей среде и природным ресурсам Исландии было принято решение о выделении средств на строительство инфраструктуры. Работы курирует Управление по туризму Исландии.

#### Возможность тиражирования опыта

Правительство выделило гранты и на другие природные объекты, столкнувшиеся в такой же проблемой. Несмотря на то что каждый природный объект уникален и при возведении инфраструктуры важно учитывать особенности каждого отдельного места, опыт базальтового каньона Stuðlagil может быть полезным для менеджмента других национальных парков и природных территорий, которые пользуются высокой популярностью среди туристов.



#### Адаптация к ковидной реальности

Во время пандемии люди стали больше интересоваться вопросами охраны окружающей среды и стараться вести себя более осознанно по отношению к природе. Командам, осуществляющим управление природными территориями, не стоит игнорировать эти изменения в предпочтениях путешественников.

Более того, чтобы не допускать скопления людей ввиду сложившейся эпидемиологической обстановки, крайне важно уметь регулировать туристские потоки.



### Природоохранный эффект

Проект LIVE оказывает прямое положительное воздействие на местную окружающую среду, поскольку он будет способствовать разработке устойчивых туристических продуктов в рамках концепции Экомuzeя, усиленной новыми и существующими знаниями о природной среде каждого места.

Проект также способен выявить пробелы в существующих экологических знаниях и будет создавать продукты с улучшенным набором впечатлений от общения с природой для повышения осведомленности.

Кроме того, проект LIVE предлагает программы и ресурсы по экологическому образованию как для жителей, так и для посетителей.

### Возможность участия местных жителей

Поскольку целью проекта LIVE также является повышение социально-экономической выгоды для местных сообществ, они постоянно участвуют в проекте посредством семинаров, программ для амбассадоров, бесед с населением и т.д.



## ИТАЛИЯ

# АУТЕНТИЧНОЕ ПОБЕРЕЖЬЕ АМАЛЬФИ

Кто реализует	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ассоциация туристических районов побережья Амальфи Distretto Costa di Amalfi, Национальное агентство по привлечению инвестиций и развитию бизнеса Invitalia, Геоклуб Италии (Archeoclub d'Italia)</li> </ul>
Целевая аудитория	<ul style="list-style-type: none"> <li>Местные жители и туристы</li> </ul>
Партнеры / поддержка государства	<ul style="list-style-type: none"> <li>Министерство культуры Италии, правительство региона Кампании, национальное агентство по туризму Италии</li> </ul>
Ссылка на проект	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://authenticamalficoast.it/en/">https://authenticamalficoast.it/en/</a></li> </ul>

### Содействие реализации ЦУР 1, 9, 11, 15

#### О проекте

Authentic Amalfi Coast — веб-портал, призванный продвигать менее известные и популярные территории региона Кампания, используя рассказы и истории о местных жителях как средство повышения осведомленности о районе Амальфи за пределами «раскрученного» побережья, страдающего от проблемы чрезмерно большого потока туристов.

Параллельно запуску веб-портала Археоклуб Италии выдвинул идею геоархеотрекинга на побережье Амальфи, сформировав экскурсионный маршрут длиной 3 км. Маршрут проходит по дороге Сентьеро-дей-Лимони, вымощенной во времена Римской империи: вокруг находится большое количество культурных и исторических памятников.

#### Описание проблемы/ предпосылки — краткая история

Идея создания веб-портала и ее реализация принадлежат Distretto Costa di Amalfi — Ассоциации туристических районов побережья Амальфи, основанной в 2014 году. Эта организация работает над развитием как государственных, так и частных туристических организаций в регионе. Задача проводимых Ассоциацией проектов заключается в «нахождении решений, облегчающих влияние туризма на окружающую среду и улучшение качества жизни жителей».

Геоархеотрекинг как инновационный вид туризма был представлен Геоклубом Италии (Archeoclub d'Italia), чья деятельность связана с охраной культурного, исторического и природного наследия Италии.

Оба проекта появились в ответ на вызовы пандемии, в связи со значительным сокращением туристического потока во время коронавирусных ограничений.



### Актуальность в связи с COVID-19

По данным Итальянского национального статистического института (ISTAT), в регионе Кампания в 2020 году из-за ковидных ограничений было зафиксировано падение туризма на 72,2%. На побережье Амальфи этот показатель достиг около 85%. Падение привело к негативным экономическим последствиям, так как большинство населения региона занято в сфере туризма.

Однако возвращение к тому объему туристического потока, который имел место до пандемии, тоже нежелательно для побережья: постоянно растущее число туристов оказывает крайне отрицательное влияние на местную окружающую среду, инфраструктуру и население.

ISTAT сообщает, что в 2018 в районе между Майори и Позитано — с общим населением 25 тыс. человек — было зарегистрировано почти 1,5 млн официальных туристов, что создавало колоссальную нагрузку на природные объекты.

В связи с этим оба проекта, хоть и нацелены на привлечение туристов в пострадавший регион, при этом продвигают «медленный» и устойчивый туризм, который поддерживает местные независимые предприятия и уводит туристические потоки от чрезмерно загруженных популярных локаций.



### Механизм реализации

На странице веб-портала и в социальных сетях проекта публикуются посты, в которых рассказывается о менее популярных маршрутах и достопримечательностях региона, предлагаются варианты гастрономических туров, малоизвестных природных и культурных локаций, а также мероприятий,

проводимых в маленьких поселениях и деревнях на удалении от крупных известных городов.

Геоархеотрекинг туристам предлагается выполнять на маршруте длиной 3 км, проходящем через живописные локации побережья и вобравшем в себя множество историко-археологических памятников, часть которых датируется I веком н.э. Весь путь доступен для прохождения как взрослым, так и детям и является бесплатным.



### Адаптация к ковидной реальности

Проект реализован полностью в онлайн-формате (веб-портал), поэтому ограничения в связи с пандемией не оказали на него никакого весомого влияния. Представленная на сайте информация и истории повествуют в основном о малонаселенных локациях или природных территориях, в которых соблюдаются все правительственные указания в отношении COVID-19.

На геоархеотрекинге рекомендуются ношение масок при посещении зданий и музеев на пути, использование санитайзеров, а также соблюдение социальной дистанции.

### Возможность тиражирования опыта

Подобные проекты, продвигающие аутентичный туризм в малоизвестные города и локации с помощью социальных сетей и веб-порталов, становятся очень популярными в других итальянских регионах из-за простоты исполнения и эффективности.

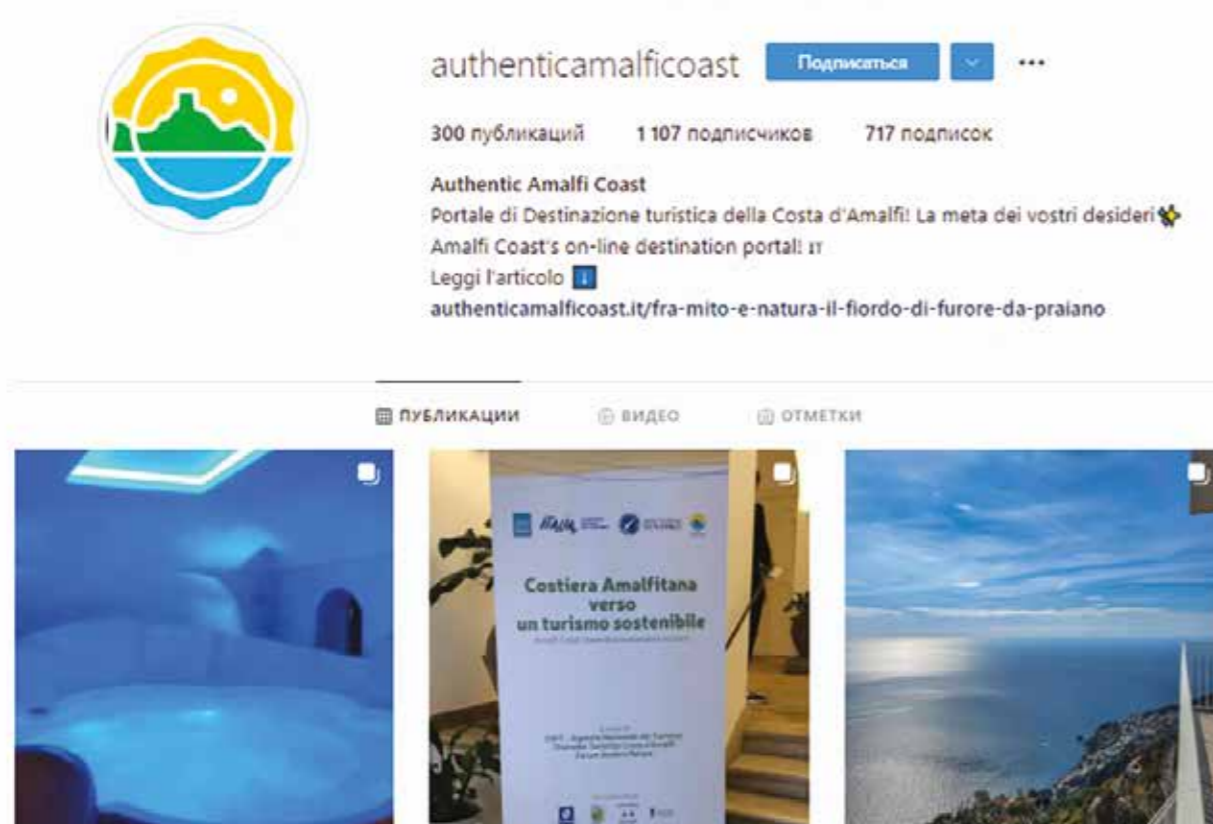
Например, большую известность получил проект I Borghi Piu Belli d'Italia — сайт и соответствующие страницы в социальных сетях, на которых рассказывается о борги — средневековых живописных, но умирающих деревнях Италии, а также предлагаются пешеходные и велосипедные маршруты по их окрестностям.

## Природоохранный эффект

Регулирование туристических потоков крайне благоприятно сказывается на окружающей среде, снижая нагрузку на слишком популярные прибрежные территории. В самые пиковые сезоны в таких районах ранее нередко наблюдались проблемы с канализацией, большое количество моторных лодок и яхт оказывали крайне негативное влияние на морскую среду, в разы увеличивался трафик на дорогах, отмечалось повышение уровня светового и шумового загрязнения.

Такое перенаправление позволит сбалансировать нагрузку на природные объекты, распределяя ее по всему региону, а не концентрируя в нескольких точках.

Кроме того, данные проекты активно пропагандируют идеи «медленного» и осознанного туризма, поскольку предлагают передвижение пешком или велосипеде.



## Возможность участия местных жителей

Веб-портал Authentic Amalfi Coast напрямую связан с местным населением, чьи истории являются основой для информационных материалов. Также на портале рекламируются бизнес и предприятия, которыми владеют местные жители удаленных локаций, чтобы привлечь к ним потенциальных туристов.

Геоархеотрекинг, который проходит на маршруте, фактически являющемся музеем под открытым небом, также привлекает местное население.

## ■ ■ СЛОВЕНИЯ

# TOURISMFROMZERO

Кто реализует	· AIRTH и Tourism 4.0
Целевая аудитория	· Поставщики туристических услуг, дестинации, города и университеты; туристы
Партнеры / поддержка государства	· 51 разных партнеров (представлены на сайте)
Ссылка на проект	· <a href="https://www.tourismfromzero.org/en/about/">https://www.tourismfromzero.org/en/about/</a>

## Содействие реализации ЦУР 8,9,11,15

### О проекте

Инициатива TourismFromZero — это проект академических кругов и сообщества заинтересованных в туризме лиц, направленный на продвижение туристической индустрии. Авторы — Альянс инноваторов и исследователей в сфере туризма и гостеприимства (AIRTH) и Tourism 4.0.

Цель инициативы — изучить проблемы, с которыми сталкивается туризм в настоящее время, и разработать для них эффективные решения. Это делается путем предоставления платформы для обмена решениями проблем, связанных с путешествиями, туризмом, гостеприимством и отдыхом. Изначально проект был нацелен на сотрудников туристической сферы, студентов туристических вузов, ученых, местных жителей или всех, кто хотел бы поделиться идеями, мыслями, решениями или проблемами, вызванными пандемией, которые собираются с помощью онлайн-опроса.

На данный момент в рамках этой инициативы получено более 900 ответов, идей и соображений со всего мира. Одно из них, в частности, — создать онлайн-рынок, который будет способствовать развитию нишевых видов деятельности. На основе этого интересного предложения был создан портал LocalsFromZero, который позволяет расширить возможности и помочь местным предприятиям делиться и продвигать свою нишу. Во время COVID-19 люди работали вместе, чтобы фактически создать новую платформу бронирования для нишевых впечатлений, которая поддерживала бы небольших и уникальных поставщиков.

### Описание проблемы/ предпосылки — краткая история

TourismFromZero был создан именно из-за пандемии COVID-19. Ситуация была действительно уникальной — туризм во всем мире остановился практически в одночасье. Идея заключалась в том, чтобы с помощью анкеты собрать как можно больше данных и узнать, какие проблемы пандемия создала для путешественников, поставщиков туристических услуг, местных жителей,



студентов и т.д. Авторы проекта поделились многими полученными данными через социальные сети, чтобы просветить, вдохновить или просто дать чувство сопричастности всем тем, кто сталкивается с серьезными проблемами, от которых страдает индустрия туризма. Они также запустили собственный подкаст *TourismFromZero*, чтобы дать аудитории еще более глубокое понимание наступившего кризиса и путей продвижения вперед.

Стоит отметить, что проект вдохновил множество предпринимателей в сфере туризма, таким образом, движение *TourismFromZero* стало отправной точкой для многих новых идей и проектов.



### Актуальность в связи с COVID-19

Проект и идеи, которые были созданы в его рамках, были продиктованы ситуацией с COVID-19, но также с учетом проблем, с которыми индустрия туризма столкнулась еще до пандемии.

Одна из причин, по которой проект сейчас исключительно актуален, заключается в том, что во время пандемии быстро были внедрены многие новые технологические достижения, особенно в секторах, не связанных с туризмом. Эти новые технологии хорошо приняла широкая общественность, так что поставщикам туристических услуг также пришлось адаптироваться. Но многие из них сделали это с трудом. В ходе многочисленных образовательных семинаров и посещений объектов авторы проекта обнаружили, что у игроков туриндустрии имеется большой пробел в цифровых навыках.

На основе этих выводов и того, что они узнали из анкеты *TourismFromZero*, была разработана модель с *LocalsFromZero Scouts* — своего рода «полевыми агентами», которые знают свои регионы вдоль и поперек. Их работа заключается в том, чтобы найти энтузиастов, местных экспертов и владельцев мест размещения — и помочь им стать частью туристического рынка. Этих маленьких, но важных игроков рынка часто упускают из виду, хотя они вносят огромный вклад в сохранение местных традиций (прошлых и настоящих), культуры и окружающей среды.

Скауты проекта заботятся о том, чтобы их истории были рассказаны и услышаны. Скауты FZ помогают местным поставщикам стать более заметными на региональной туристической карте. Они заботятся о бронировании, администрировании и обо всем остальном, для чего у местного поставщика не хватает опыта.

### Механизм реализации

Участники заходят на сайт и заполняют анкету, в которой могут поделиться своими идеями и мнениями. Они также могут проголосовать за лучшие идеи, связанные с решениями для туристической индустрии, чтобы выжить в ковидной/постковидной реальности. Если участник является поставщиком туристических услуг, дестинацией, городом, университетом, он также имеет возможность получить уникальный код опроса *#TourismFromZero*,

чтобы узнать о проблемах, идеях и решениях в сообществе своих клиентов и партнеров.

Все полученные данные распространяются анонимно и в агрегированном виде. В качестве протоколов безопасности данных применяются европейские правила GDPR. Данные, полученные в результате опросов и ответов, не продаются. Однако они будут использованы участвующими учеными и специалистами для работы с заинтересованными сторонами, чтобы поднять индустрию туризма, как следует из названия, «с нуля» на новые высоты. Заинтересованные лица всегда могут изучить ответы и идеи, которыми люди делятся на сайте, они также могут принять решение стать сторонниками TFZ. Платформа *LocalsFromZero* — это онлайн-рынок для бронирования туристических впечатлений. Эта платформа отличается от типичных маркетплейсов услуг тем, что не только туристические компании могут размещать информацию о впечатлениях.

*LocalsFromZero* создал сообщество скаутов, которые хорошо знают регионы своего проживания и могут разместить список самых крутых впечатлений в той или иной дестинации от имени владельцев. Обычно владельцы — очень маленькие или семейные предприятия, которые не знают, как продвигать себя в интернете. Роль скаутов заключается в том, чтобы выявить самые уникальные впечатления в регионе и организовать их цифровое продвижение. Проект не ограничивается типичными турами. Кроме этого, благотворительные организации, ассоциации, местные клубы и другие организации также могут перечислить мероприятия, которые они предлагают. Цель — создать больше экономических возможностей для людей и организаций, даже если у них нет большого опыта работы с туристами.



## Возможность тиражирования опыта

Инициатива #TourismFromZero является результатом международного сотрудничества между учеными и заинтересованными сторонами в сфере туризма. Это глобальная платформа, где любой человек из любой страны может поделиться своими мнениями и идеями относительно любых проблем в индустрии туризма. В этом проекте нет границ и барьеров для получения поддержки, а информация доступна на сайте в виде подкастов, информационных бюллетеней и новостей СМИ. Доступность этого онлайн-форума для обмена новостями и идеями о текущей ситуации в индустрии туризма во времена COVID паразитична.



### Адаптация к ковидной реальности

По словам одного из наставников, Руди Медвед: «Это может показаться немного странным, но похоже, что главным катализатором для того, чтобы заниматься этим (в частности, LocalsFromZero) во время COVID-19, стал локдаун».

Он также добавил, что студенты (потенциальные скауты проекта) были «заперты» дома и имели больше времени для вовлечения, размышления и активизации работы над проектом. Кроме того, мир стремительно переходил в интернет, и люди (конечные пользователи проекта) привыкали, в некотором роде вынужденно, к этому новому способу общения.

Отличие от того, что было раньше, заключается в том, что люди (владельцы мест размещения и т.д.) вдруг стали более доступными. Если бы не COVID-19, общаться с ними было бы сложнее (например, ехать на другой конец страны или даже пересекать границу, что отнимает много времени и средств). С начала пандемии европейские, национальные и региональные власти также начали выделять все больше средств на цифровизацию малых и средних предприятий, что позволило им принять участие в ряде проектов.

## Природоохранный эффект

Эта инициатива продвигает положительный опыт экологически ответственного туризма. Инициатива, выдвинутая гражданами во времена COVID-19, повысила осведомленность о туристической индустрии и ее положительном и отрицательном влиянии на окружающую среду. Хотя сам проект не принимает активного участия в экологических инициативах по защите и сохранению окружающей среды, он просвещает заинтересованные стороны, связанные с туризмом, о важности экологичного подхода через свой информационный бюллетень и передовой опыт. Ответы, полученные в ходе опросов, помогают платформе делиться практическими и достоверными знаниями об экологических проблемах и способах их решения. Присоединившись к сообществу IdeasFromZero, можно получить доступ ко всему контенту и образовательным материалам, связанным с экологическим туризмом. <https://community.ideasfromzero.org/>.

## Возможность участия местных жителей

Студенты экспериментальной научно-исследовательской программы sTOUdio Turistica в Приморском университете с общим фокусом на местном опыте создали рынок LocalsFromZero. Вдохновленная глобальным проектом TourismFromZero, эта инициатива сфокусировалась на местных заинтересованных лицах и фирмах и их развитии. Студенты начали собирать отзывы местных поставщиков услуг, проводя семинары и организуя наставничество по продвижению в интернете. Отзывы с мест были очень положительными, так что студенты были уверены, что находятся на правильном пути и что такая модель необходима.

Рынок LocalsFromZero ориентирован на поддержку небольших уникальных поставщиков туристических услуг, которые сохраняют традиции, ремесла, фестивали и церемонии в своих местных сообществах. В этом проекте ищут поставщиков впечатлений, у которых еще нет стандартизированного туристического предложения «для массового рынка». Это также может быть просто идея, которую руководители проекта могут помочь превратить с нуля в аутентичный местный опыт. Проект ищет местных жителей, их клубы, благотворительные организации, ассоциации и всех тех, с кем обычно не имеют дела стандартные туристические предложения.

TOURISM  
FROM ZERO

SURVEY IDEAS PODCAST LOCALS WINE ABOUT



## About #TourismFromZero initiative

Before anything else, many thanks for your feedback: **900 and counting!** Inspired by the challenges of the pandemic of 2020 and the problems of overtourism in recent years, the aim of the #TourismFromZero initiative is to provide a forum for the exchange of **problems and solutions** related to travel, tourism, hospitality, and leisure.

Share your THOUGHTS Check RESPONSES from all over the world

Tourism service providers, destinations, cities, universities, ... can receive unique #TourismFromZero **survey codes** to learn about concerns, ideas and solutions within their customer and partner **communities**: while sharing them with the world through our website.

Apply for a unique SURVEY CODE

If you want to help us spread the word or have additional #TourismFromZero activities and upgrades in mind:

Become a #TFZ supporter


**Финляндия**

## ТРОПА КАРПАЛОПОЛКУ

Кто реализует	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metsähallitus</li> <li>• Парки и дикая природа Финляндии</li> <li>• Паралимпийский комитет Финляндии</li> </ul>
Целевая аудитория	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Туристы на природе и местные жители с ограниченными возможностями, пожилые люди и родители</li> </ul>
Партнеры / поддержка государства	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Программа ЕС «Интеррег» для Центральной Балтии</li> </ul>
Ссылка на проект	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://mapeirons.eu/en/object/karpalopolku-trail/">https://mapeirons.eu/en/object/karpalopolku-trail/</a></li> </ul>

### Содействие реализации ЦУР 8, 11, 12

#### О проекте

В Karpalopolku — это тропа длиной 1,7 км в национальном парке Kurjenrahka, введенная в эксплуатацию в 2021 году под управлением Metsähallitus Parks & Wildlife Finland и сконструированная так, чтобы сделать природные объекты доступными для людей с ограниченными возможностями. Это круговая тропа, разработанная с большим вниманием к людям с различными особыми потребностями, такими как ограниченная подвижность и нарушения зрения.

Тропа является частью проекта «Доступ к природе для всех» (NatAc), поддержанного Центральной Балтийской программой сотрудничества на 2014–2020 годы. NatAc — проект, облегчающий доступ к природе для людей с особыми потребностями путем развития доступных объектов природного туризма в странах Балтии: Латвии, Эстонии и Финляндии.

Тропа Karpalopolku (Карпалополку) была передана в эксплуатацию в 2020 году во время пандемии. Кроме того, была разработана веб-страница под названием Mapeirons, чтобы посетители знали, какую тропу лучше посетить в соответствии с их личными потребностями и доступностью объекта.

На тропе Karpalopolku для людей с ограниченными возможностями, пожилых людей и родителей предусмотрены такие удобства, как доступная среда для инвалидов-колясочников, детских колясок и тележек, а также тактильные карты.

#### Описание проблемы/ предпосылки — краткая история

Цель разработки Карпалополку и всего проекта NatAc — дать возможность туристам с физическими, зрительными, слуховыми и когнитивными нарушениями посетить объекты природного туризма и иметь возможность на-



слаждаться природой, при этом комфортно передвигаться в местах, которые раньше были доступны только для пеших туристов без ограничений по здоровью.

Поэтому новый проект нацелен на снижение эксклюзивности традиционного природного туризма, обеспечение для всех посетителей максимально доступных, инклюзивных туристических объектов. Чтобы туристы с ограниченными возможностями, пожилые люди и родители с маленькими детьми могли воспользоваться преимуществами объектов природного туризма в Латвии, Эстонии и Финляндии, доступности следует уделить особое внимание.



#### Актуальность в связи с COVID-19

Пандемия COVID-19 бросила серьезный вызов индустрии туризма, ограничения на разных уровнях радикально сузили диапазон мобильности людей. Поэтому во многих направлениях можно наблюдать резкий рост туризма, основанного на посещении природных локаций. Адаптация туристических услуг в национальном парке Курьенрахка на тропе Карпалополку сделала возможным посещение даже для тех, кто раньше не имел возможности побывать в парке, и мотивировала туристов, желающих исследовать природные объекты, но ограниченных особыми потребностями.

Легкая доступность тропы Карпалополку, естественно, стала преимуществом для таких групп, как люди с ограниченными возможностями, пожилые посетители и семьи во время пандемии. Ожидается, что эта тропа продолжит приносить пользу этим категориям граждан и в будущем.

#### Механизм реализации

Посетители национального парка Курьенрахка могут заказать экскурсии для людей с ограниченными возможностями, туристов с детьми и начинающих туристов; как для одиночных, так и для групп. На тропе имеются маршруты, доступные для инвалидов-колясочников и детей в колясках, а также тактильные карты для удобства слабовидящих групп.

Онлайн-платформа Mapeirons и туристический путеводитель разработаны для предоставления подробной информации о достопримечательно-

стях с конкретной информацией для людей с различными нарушениями и ограничениями.

В течение следующих пяти лет в регионе ожидается увеличение числа посетителей на 50 тыс. человек вследствие активного продвижения и предложения доступного туризма.

### Возможность тиражирования опыта

Тропа является частью проекта NatAc, направленного на облегчение доступа к природному туризму путем развития сети инклюзивной инфраструктуры на природных объектах. Подобные проекты также имеются в основной части Центральной Балтии в Латвии, Эстонии и других частях Финляндии.

Первым шагом при тиражировании такой инициативы должен стать расширенный акцент на инклюзивности. Это означает, что по мере возможности следует учесть особенности всех групп людей с особыми потребностями, как в пробном проекте Karpalopolku, где учтены интересы людей с ограниченной подвижностью, нарушениями зрения, когнитивными расстройствами, а также семей с детьми и пожилых людей.



#### Адаптация к ковидной реальности

В День природы Финляндии 28 августа 2021 года организатор Metsähallitus Parks & Wildlife Finland совместно с Паралимпийским комитетом Финляндии провели мероприятие, посвященное доступности природных объектов, на территории национального парка Kurjenrahka. Мероприятие имело целью познакомить участников с тропой Калпалополку с ее инклюзивными возможностями. Из-за ограничений, связанных с пандемией, мероприятие проводилось только для приглашенных гостей. Кроме того, все посетители были обязаны продезинфицировать руки перед посещением национального парка; для посетителей также доступен для скачивания онлайн-путеводитель по тропе на четырех языках.

### Природоохранный эффект

Проект привлекает больше туристов на природный объект, что способствует лучшему сохранению и защите живописного места. Он также помогает повысить осведомленность туристов о таких экологических проблемах, как изменение климата, защита животных и растений, а также о важности биоразнообразия.

### Возможность участия местных жителей

Проект был создан не только для туристов, но и для местных жителей — доступная тропа также приносит пользу местным жителям с ограниченными возможностями передвижения. Организатор проекта Metsähallitus Parks & Wildlife Finland и Паралимпийский комитет Финляндии проводят в национальном парке мероприятия по тестированию различных приспособлений для упражнений на открытом воздухе и обучению навыкам поведения в дикой природе, которые могут быть использованы местными посетителями.

## 3. ЭКОТУРИЗМ В РОССИИ: НОВЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ПОСТКОВИДНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Понятие экологического туризма сформировалось и получило теоретическое осмысление к середине 1980-х годов [Хохлова, Дорофеев, Аверьянова, 2017]. За прошедшие 40 лет ничто не бросало таких вызовов экотуризму, как коронавирус. Представители европейских ООПТ и их коллеги по всему миру увидели в пандемии не только глобальную проблему, но и возможность накопить уникальный опыт деятельности в стремительно меняющихся условиях, не отступая от принципов устойчивого развития. А что российские природоохранные территории? Как проходит их адаптация к новой реальности и что изменилось в их жизни и работе за период с 2019 по 2021 год?

### Устойчивый рост устойчивого туризма

Факторы, обусловившие рост интереса к туризму на охраняемых природных территориях в России:

- Угроза заражения коронавирусом косвенно определила склонность людей к путешествиям в малонаселенные и удаленные от крупных городских агломераций локации в компании семьи или близких, а не в составе свободно формируемых групп.
- Ограничения, введенные в связи с пандемией COVID-19, — в первую очередь периоды локдауна — сформировали повышенный интерес к эскапизму (различным способам удалиться от общепринятой модели жизни социума).
- Многие граждане России, лишенные привычной возможности выехать на зарубежные курорты, обратили внимание на внутренний туристический рынок.

Среднемесячный поток туристов:

- **в 2020г упал на 8% по отношению к 2019**
- **за 9 месяцев 2021г вырос на 49,7% по отношению к 2019 и на 67,9% по отношению к 2020.**

При этом важно отметить, что рост интереса туристов к отдыху на природоохранных территориях не означает, что 100% возросшего потока можно классифицировать как экологический туризм - не каждый турист, приехавший на ООПТ, готов следовать принципам рационального природопользования. Тем не менее сотрудники российских ООПТ намерены использовать и уже используют сложившиеся обстоятельства для усиления эколого-просветительской деятельности, повышения качества и привлекательности экологического туризма на отечественных заповедных территориях. Этот период можно считать удачным для экологического просвещения с точки зрения охвата аудитории.

### «Турист рванул...»

Представители российских ООПТ сошлись во мнении, что предсказания о спаде спроса, взволновавшие туристическую отрасль в начале 2020 года, были ошибочными. Критического спада спроса на внутренний туризм не произошло. Напротив, эксперты наблюдали постоянный рост числа потребителей экологического туризма на заповедных территориях России после снятия жестких ограничений, вызванных первой волной COVID-19.

**Несмотря на то что на пике первой волны пандемии многие природоохранные территории были вынуждены временно прекратить деятельность по приему туристов, вторую половину года специалисты охарактеризовали весьма показательными фразами: от «посещения выросли» до «турист рванул».**

При этом эксперты расходятся во мнении о некоторых особенностях типичного туриста этого периода. Долгие месяцы ковидной реальности не изменили самих людей, но повлияли на их предпочтения и потребности.

Сотрудники разных ООПТ отмечали большую вариативность во внимании туристов к мерам эпидемиологической безопасности:

- туристы обращают внимание на наличие средств обеззараживания и противоэпидемиологические меры, принимаемые по отношению к самим работникам ООПТ;
- в единичных случаях туристы заранее интересовались количеством участников туристической группы, гостей на объекте посещения или в одном помещении;
- немногих волновал вопрос получения персоналом ООПТ прививок от COVID-19.

Также неоднозначными являются данные о росте на некоторых ООПТ спроса на однодневные посещения. Подобные наблюдения в целом расходятся с мнением европейских специалистов, которые предсказывали более длительное пребывание туристов на одной охраняемой территории в ковидной и постковидной реальности. Впрочем, сообщается, что в некоторых российских ООПТ длительность пребывания туристов на одном объекте все же возросла.

Туристические продукты:

- Стал выше спрос на водные и пешие экскурсии для малых групп, чаще всего состоящих из членов одной семьи или близких знакомых.
- Сократилось количество свободно формируемых групп, число проводимых на ООПТ корпоративных мероприятий, фестивалей, выездных лагерей.

**Представители ООПТ также отмечают более высокий интерес посетителей к глэмпингу (слово, образованное от слияния понятий «гламурный» и «кемпинг») — относительно новому виду объектов для размещения туристов, позволяющему совместить комфорт пребывания в гостинице с отдыхом на природе. Глэмпинг на заповедных территориях — пока еще явление редкое, поэтому речь идет об услуге, предоставляемой партнерами ООПТ.**

Всё вышеперечисленное требует соответствующей реакции от руководства особо охраняемых природных территорий, сотрудников, отвечающих за развитие туризма и экологическое просвещение:

- Необходимо увеличить количество экологических троп и маршрутов согласно Планам территориального развития ООПТ — при росте потока туристов это позволит сократить рекреационную нагрузку на уже существующие объекты посещения без введения ограничений, которые на данный момент и без того негативно воспринимаются российским обществом.
- Становится актуальным создание на местах размещения гостевых домов, а также небольших комнат с малым количеством спальных мест. Такие варианты лучше всего подходят для семей и небольших коллективов близко знакомых людей.
- Помимо снабжения визит-центров, центров размещения посетителей и кордонов средствами обеззараживания, обеспечению требований санитарно-эпидемиологической безопасности в краткосрочной перспективе будет способствовать развитие услуг питания навынос.

### Экоцифровизация

Сложная эпидемиологическая обстановка придала ускорение переходу на электронную форму оплаты услуг и получения пропусков для посещения ООПТ.

Плюсы цифровизации:

- Возрастает точность учета количества гостей на территории.
- Появляется возможность регулировать поток туристов на участках с самой большой рекреационной нагрузкой без введения дополнительных ограничений.
- Появляется возможность контролировать пути перемещения посетителей в целях предупреждения нарушений.
- Становится намного удобнее и проще оценивать качество предоставляемых услуг.
- Цифровизация имеет большой потенциал для прогнозирования развития территории.

Цифровизация коснулась и собственно природоохранных и эколого-просветительских мероприятий, проводимых российскими ООПТ. Многие переводятся в онлайн-формат: разрабатываются новые, оцифровываются и выкладываются в сеть уже имеющиеся просветительские продукты преимущественно творческой направленности. В первую очередь викторины и конкурсы, которые из визит-центров и специально оборудованных площадок на природной территории перенесли на сайты и в социальные сети. Другими распространенными формами работы сотрудников российских ООПТ с онлайн-посетителями стали экскурсии в прямом эфире с интерактивными формами общения; мастер-классы; акции и флешмобы природоохранной направленности в социальных сетях.

Онлайн стали проводиться и мероприятия для самих сотрудников ООПТ. Необходимо отметить международный характер таких мероприятий: закрытие границ между странами, равно как и политическая напряженность между определенными государствами, не смогло ограничить профессиональное сотрудничество заповедных людей. Организовывались интернет-лекции в записи и в прямом эфире, прямые включения и беседы с учеными, рецендерами и интерпретаторами, работающими в зарубежных ООПТ, виртуальные экскурсии по особо охраняемым природным территориям разных стран и континентов.

При правильном подходе и соответствующем уровне технического оснащения ограничение на физическое посещение рекреационных и познавательных объектов на ООПТ не мешает, а даже обогащает работу, так как позволяет:

- внедрить новые форматы мероприятий природоохранной и экопросветительской направленности, которые останутся актуальными и дополнят реальную работу на местах после снятия ограничений;
- активнее участвовать в международных и всероссийских мероприятиях, в том числе по обмену и приобретению опыта, используя онлайн-возможности.

Ярким примером дистанционного взаимодействия с посетителями стал проект «Исцеление природой», созданный национальным парком «Красноярские Столбы», описанный в данном методическом пособии в главе 3.1 «Успешные практики адаптации объектов экотуризма в России».

### Соседские отношения

В критические периоды жизни общества всегда более яркие и заметны как «злые», так и «добрые» поступки.

**Сотрудники ООПТ отмечают, что в период пандемии стали более «терпимыми и сердечными» отношения с местными жителями.**

Улучшились отношения с партнерами и подрядчиками — представителями местного сообщества и бизнес-структур. В особенности с теми, кто проживает и развивает свое дело на территориях, прилегающих к ООПТ. Причиной такого интереса называют желание поддержать «своих» и в то же время оптимизировать затраты, например снизить расходы на транспортировку.

Принявшие участие в опросе эксперты российских ООПТ считают, что малый бизнес на территориях, сопредельных с особо охраняемыми, в условиях пандемии COVID мог бы получить конкурентные преимущества за счет:

- гибкости, адаптивности и развития способности быстро перестраиваться в соответствии со складывающейся обстановкой;
- повышения качества и безопасности обслуживания посетителей, особенно платежеспособных требовательных клиентов;
- повышения разнообразия не связанных непосредственно с деятельностью ООПТ услуг: дифференцированных форматов питания

(столовая, кафе, ресторан); проживания (гостевой дом, гостиница, хостел, глэмпинг); проката имущества; создания пунктов для временной передержки домашних питомцев и т.д.

Хотя такой подход может быть реализован только при наличии постоянного гарантированного потока туристов, он позволил бы местному малому бизнесу найти новые ресурсы, получить более разнообразные источники прибыли и дохода для дальнейшего совершенствования и развития.

По мнению представителей российских ООПТ, для успеха предпринимателям — соседям заповедных территорий часто не хватает знаний, и заповедные эксперты могли бы эти знания предоставить. При этом речь идет не только о стандартном наборе бизнес-технологий. Так, среди необычных идей для улучшения положения малого бизнеса в постковидную эпоху эксперты называют обучение жителей сопредельных территорий психологическим аспектам работы с туристами.

Пандемии COVID-19, к счастью, не удалось «обрушить» потенциал развития экологического туризма. Однако пока трудно оценить, сколько времени понадобится для полноценного восстановления туристического рынка (а это на сегодня один из главных вопросов для отрасли).

Одно ясно совершенно точно — в период пандемии и постковидную эпоху партнерство ООПТ с местными жителями становится критически важным и может стать залогом успешного развития экотуризма.

Представители ООПТ, которые смогли наладить устойчивые партнерские отношения с местным населением, говорят о том, что представители малого местного бизнеса, частные лица, принимающие активное участие в работе с туристами: обеспечивающие проживание, питание, перевозку туристов (Национальный парк «Кенозерский»), участвующие в экскурсионной деятельности (Национальный парк «Кенозерский», Природный парк «Токсовский»), создании сувениров (Заповедник «Брянский лес») и пр., — это огромная поддержка для экотуристического сектора ООПТ, в том числе в периоды кризисной ситуации.

### 3.1. Успешные практики адаптации объектов экотуризма в России

## ЗАПОВЕДНИК «БАСЕГИ» – ПРОЕКТ «К ВЕРШИНЕ»

География проекта	<ul style="list-style-type: none"> <li>Пермский край</li> </ul>
Кто реализует	<ul style="list-style-type: none"> <li>Пермское региональное отделение Общероссийской общественной организации «Центр экологической политики и культуры»</li> </ul>
Целевая аудитория	<ul style="list-style-type: none"> <li>Студенты и преподаватели вузов, туристы</li> </ul>
Партнеры / поддержка государства	<ul style="list-style-type: none"> <li>Грант Фонда президентских грантов — финансовая поддержка</li> <li>ФГБУ «Заповедник «Басеги» — материальная и информационная поддержка</li> <li>Вузы: ПГНИУ, ПНИПУ, НИУ ВШЭ-Пермь, ПГАТУ, ПГГПУ — научное и консультационное сопровождение</li> <li>Архитектурное бюро Ad Hoc (Москва) — организационная поддержка</li> <li>Музей современного искусства «ПЕРММ» — организационная поддержка</li> </ul>
Ссылка на проект	<ul style="list-style-type: none"> <li>Новости в группе <a href="https://vk.com/cepсperm">https://vk.com/cepсperm</a></li> <li><a href="http://ecokultura59.ru/">http://ecokultura59.ru/</a></li> </ul>

### Содействие реализации ЦУР 1,4,15, 17 О проекте

Проект «К вершине» — пилотная модель взаимодействия заинтересованных сторон (НКО — ООПТ — вузы — архитекторы-дизайнеры — музей современного искусства) для сохранения природного наследия региона.

Цель проекта — использование потенциала научных сотрудников, экспертного сообщества и студентов вузов в решении проблемы развития экотуризма и сохранения биоразнообразия на особо охраняемой природной территории (ООПТ). Проект реализован на территории государственного природного заповедника «Басеги» (Пермский край).

Ключевые мероприятия проекта — комплексная экспедиция на территорию государственного природного заповедника «Басеги», арт-резиденция, подготовка проекта и начало обустройства экологической тропы «К вершине Северного Басега».



#### Актуальность в связи с COVID-19

В последнее время в связи с пандемией COVID-19 возрос интерес к внутреннему туризму, происходит переориентация спроса с массовых форм туризма на нишевые — не массовые. На примере Пермского края можно смело утверждать про увеличение с 2020 года количества туристов на особо охраняемых природных территориях в несколько раз. ООПТ Прикамья и заповедник «Басеги» посетило большое количество туристов из других регионов России и из Москвы.

Следовательно, возрастает актуальность в создании современной рекреационной и эколого-просветительской инфраструктуры на ООПТ.

#### Механизм реализации

Основная часть проекта (экспедиционная) состоялась в августе 2021 года. Оригинальность экспедиции состоит в объединении науки, охраны природы и творчества.

В комплексной студенческой экспедиции приняли участие студенты и преподаватели из шести вузов Перми.

Участники занимались разработкой концепции экотропы на Северный Басег и предложениями по необходимому оборудованию и обустройству; прокладкой треков маршрутов; обмером перспективных мест для оборудования смотровых площадок на экотропе.

Впервые в рамках экспедиции на территории заповедника совместно с му-

зеум современного искусства «ПЕРММ» была организована арт-резиденция под руководством художника Ильи Гришаева. На «сеансах взаимодействия с миром заповедной природы» создавались временные арт-объекты (инсталляции) из разных материалов: ткани, кальки, прозрачных и светоотражающих лент. Кроме того, создавался творческий Дневник экспедиции.

### Возможность тиражирования опыта

В результате реализации проекта была успешно апробирована модель взаимодействия и сотрудничества экспертов, студентов и преподавателей разных вузов, художников и музея для дальнейшей работы и тиражирования на других ООПТ с целью исследования, осознания ценности ООПТ, планирования экологической тропы и создания новой инфраструктуры.



#### Адаптация к ковидной реальности

Посещение территории заповедника было организовано с учетом всех необходимых мер по защите от распространения инфекции COVID-19: прохождение вакцинации, наличие QR-кодов, ПЦР-тестирование участников экспедиции. В период подготовки и для консультаций использовались современные онлайн-сервисы общения.

### Природоохранный эффект

Экспедиции имели важное значение для формирования экологической культуры студентов, содействия повышению осознанности и экологической ответственности туристов. Многие участники экспедиций впервые побывали на территории заповедника; само присутствие на природной территории с особым статусом сыграло значительную роль.

Прикладной природоохранный эффект выразился в создании новой концепции и планировании современной рекреационной и эколого-просветительской инфраструктуры экотропы заповедника.

Второй прикладной природоохранный эффект был связан с планированием более экологичной схемы обращения с отходами. Так, все закупки продуктов были с минимальным количеством одноразового пластика: многоразовые контейнеры и мешочки, стекло, металлические банки. Проводили



раздельный сбор отходов и анализ их морфологии. Большинство фракций отходов (кроме сожженной на месте органики) были вывезены с территории заповедника. На основе данных учета морфологии отходов группой студентов политехнического университета были разработаны рекомендации по закупке продуктов и обращению с отходами на территории заповедника.

### Возможность участия местных жителей

Местные жители — сотрудники заповедника «Басеги» в результате проекта получили входную группу на экотропу и перспективный проект развития экологического маршрута «К вершине Северного Басега».

Также при строительных работах материалы (металл, дерево, щебень) были закуплены на ближайших к заповеднику территориях. Были заключены договоры с местными жителями на работы по доставке и выравниванию щебня.





## НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК «КРАСНОЯРСКИЕ СТОЛБЫ» - ПРОЕКТ «ИСЦЕЛЕНИЕ ПРИРОДОЙ»

География проекта	<ul style="list-style-type: none"> <li>Красноярский край</li> </ul>
Кто реализует	<ul style="list-style-type: none"> <li>Национальный парк «Красноярские Столбы»</li> </ul>
Целевая аудитория	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ключевая целевая аудитория: люди, находящиеся на стационарном лечении в медицинских учреждениях Красноярского края.</li> <li>Потребность: комфортные условия процесса выздоровления, социализация, коммуникация.</li> <li>Косвенная целевая аудитория: медицинские работники.</li> <li>Потребность: создание у пациентов положительного настроения, благоприятствующего скорейшему выздоровлению.</li> <li>Косвенная целевая аудитория: сотрудники отдела экологического просвещения национального парка «Красноярские Столбы».</li> <li>Потребность: реализация эколого-просветительской деятельности в период неблагоприятной эпидемиологической ситуации</li> </ul>
Партнеры / поддержка государства	<ul style="list-style-type: none"> <li>Финансовая поддержка: Благотворительный фонд Владимира Потанина</li> <li>Информационная поддержка: ФГБУ «Федеральный Сибирский научно-клинический центр Федерального медико-биологического агентства»</li> </ul>
Ссылка на проект	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://kras-stolby.ru/news/nacpark-zapuskaet-proekt-iscelenie-prirodoj/">https://kras-stolby.ru/news/nacpark-zapuskaet-proekt-iscelenie-prirodoj/</a></li> </ul>

### Содействие реализации ЦУР 3, 4, 17

#### О проекте

Проект «Исцеление природой» направлен на экологическое просвещение и социально-психологическую реабилитацию людей, находящихся на стационарном лечении в медицинских учреждениях Красноярского края и на вынужденной самоизоляции.

В рамках проекта было запланировано проведение в прямом эфире лекций сотрудниками отдела экологического просвещения национального парка «Красноярские Столбы».

Онлайн-лекции посвящены природным достопримечательностям региона, истории создания знаменитого красноярского заповедника, впоследствии ставшего национальным парком, уникальной культуре свободного лазания по сиенитовым скалам, а также животному и растительному миру одного из самых посещаемых в последние годы национальных парков России.

Первая просветительская лекция, приуроченная к Международному дню благотворительности «Щедрый вторник», была проведена при поддержке



**КРАСНОЯРСКИЕ СТОЛБЫ**  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК

ИСЦЕЛЕНИЕ ПРИРОДОЙ

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ВЛАДИМИРА ПОТАНИНА

**СВЕТЛАНА СЕРГЕЕВНА ЮШКОВА**  
Специалист отдела экологического просвещения и познавательного туризма ФГБУ «Национальный парк «Красноярские Столбы»

**«ЯРКИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛИ ФАУНЫ «КРАСНОЯРСКИХ СТОЛБОВ»**  
«Восьмую просветительскую онлайн-лекцию, в рамках проекта «Исцеление природой», предлагаю посвятить животным, обитающим на заповедной территории. Мы ближе познакомимся с самыми колоритными представителями животного мира «Красноярских Столбов» и узнаем интересные факты об обитателях среднегорной темнохвойной тайги».

9з ФГБУ ФСНКЦ ФМБА России. Далее прямые эфиры проводились каждый вторник в течение полугода по предварительному согласованию с медицинскими учреждениями.

Люди, находящиеся на лечении и не имеющие возможности оказаться на природе, смогли отправиться в виртуальное путешествие в сопровождении опытных экскурсоводов.

Для пациентов это не только отвлечение от болезни, но и получение знаний о природном достоянии родного края, интересное и вдохновляющее общение с людьми, работающими в природоохранной сфере.

Для сотрудников национального парка это возможность сделать доброе дело и реализовать свой профессиональный потенциал даже во время ограничений на проведение традиционных экскурсий по природной территории, связанных с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией.

#### Описание проблемы/ предпосылки — краткая история

С марта 2020 года в связи с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией мы столкнулись со значительным ростом числа людей, находящихся на стационарном лечении в медицинских учреждениях. Соответственно, возросла нагрузка на медицинских работников и увеличилось психоэмоциональное напряжение у пациентов.

В то же время, согласно приказу Министерства природных ресурсов и экологии РФ, на особо охраняемых природных территориях федерального значения была приостановлена туристическая деятельность. Сотрудники отдела экологического просвещения национального парка «Красноярские Столбы» были вынуждены переходить на дистанционный формат работы. При этом технические возможности природоохранного учреждения не позволяли качественно организовать работу в онлайн-формате.



### Актуальность в связи с COVID-19

Как известно, погружение в природу — один из лучших способов восстановить силы. Реализация проекта «Исцеление природой» позволила снизить психоэмоциональное напряжение как пациентов, находящихся на стационарном лечении, так и медработников, катализируя процесс выздоровления. А сотрудники национального парка смогли сделать доброе дело и обрели возможность организовать онлайн-экопросвещение и для других целевых групп.

### Механизм реализации

Проведены переговоры с представителями медицинских учреждений Красноярского края, и получена поддержка от ФГБУ «Федеральный Сибирский научно-клинический центр Федерального медико-биологического агентства». Далее было согласовано проведение первой лекции, приуроченной к Международному дню благотворительности «Щедрый вторник». Создан фирменный стиль: дизайнером парка разработан логотип проекта; разработан макет, и напечатан фоновый баннер с логотипами фонда, нацпарка и проекта; разработан макет, и заказаны брендированные толстовки для лекторов.

Сотрудниками национального парка подготовлены методические материалы для эколого-просветительских лекций, созданы и переданы в медицинские учреждения пригласительные листовки с QR-кодами для подключения к трансляции, проведена PR-кампания в соцсетях и СМИ.

Проведено обустройство помещения национального парка для проведения прямых эфиров (покупка и установка оборудования, монтаж фонового баннера).

Проведены эколого-просветительские лекции в онлайн-формате для лю-

дей, находящихся на стационарном лечении в медучреждениях. Каждый вторник в течение полугода сотрудники национального парка выходили в прямые эфиры по предварительному согласованию с медицинскими учреждениями (не менее 20 эфиров).

### Возможность тиражирования опыта

Возможность тиражирования опыта

Создан кейс для дальнейшего тиражирования другими субъектами РФ. Кейс позволяет организовать взаимодействие учреждения, управляющего особо охраняемой природной территорией федерального значения, с медицинскими учреждениями региона с целью экологического просвещения и социально-психологической реабилитации людей, находящихся на стационарном лечении и вынужденной самоизоляции.



### Адаптация к ковидной реальности

Все контакты с представителями медицинских учреждений проводились с соблюдением противоковидных мер, онлайн-формат мероприятий позволил охватить широкую аудиторию при отсутствии непосредственного контакта с сотрудниками национального парка.

### Природоохранный эффект

Экспедиции имели важное значение для формирования экологической грамотности населения и воспитание ответственных посетителей особо охраняемых природных территорий.

### Возможность участия местных жителей

В рамках проекта созданы эколого-просветительские видеолекции, доступные для просмотра широкой аудиторией на официальном портале национального парка «Красноярские Столбы».



## РООЗППГБООС «ТОКСОВСКИЕ ОЗЕРА» - ПРОЕКТ «ШАГИ ПО ЭКОТРОПЕ»

География проекта	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ленинградская область</li> </ul>
Кто реализует	<ul style="list-style-type: none"> <li>Региональная общественная организация защитников природы и прав граждан на благоприятную окружающую среду «Токсовские озера»</li> </ul>
Целевая аудитория	<ul style="list-style-type: none"> <li>Туристы и местные жители, команды постоянного взаимодействия (семейные или соседские группы, группы школьников из одного класса)</li> </ul>
Партнеры / поддержка государства	<ul style="list-style-type: none"> <li>Комитет по молодежной политике Ленинградской области (лето 2020-го — грант на реализацию проекта «Шаги по экотропе»)</li> <li>В настоящее время подана заявка на участие проекта в конкурсе ФПГ</li> </ul>
Ссылка на проект	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://vk.com/toksovo secrets">https://vk.com/toksovo secrets</a></li> <li><a href="http://toksovolakes.ru/project/shagi-po-ekotrope/">http://toksovolakes.ru/project/shagi-po-ekotrope/</a></li> </ul>

### Содействие реализации ЦУР 4, 15, (13)

#### О проекте

«Шаги по экотропе» — познавательный проект, направленный на структурирование потока посетителей природной территории, на создание смыслового наполнения прогулок на природе, ознакомление населения с принципами экотуризма.

В 2020 году в ответ на введенные ограничения в связи с пандемией COVID-19 в рамках проекта была разработана семейная познавательная программа, в которую вошли:

- разработанные экологические маршруты по экотропе, предполагающие самостоятельное передвижение посетителей при минимальном участии организаторов;
- методические материалы: маршрутные листы, буклеты по ООПТ и т.д.;
- творческие и познавательные мастер-классы, в том числе по изготовлению полезных объектов для лесных обитателей (кормушки, искусственные гнездовья);
- конкурс экологических плакатов и викторины по знаниям практической экологии в онлайн-формате.

Программа была продумана таким образом, чтобы на ее реализации не отразились карантинные ограничения, и направлена на группы устойчивого общения: семью, соседей, школьные классы.



#### Актуальность в связи с COVID-19

Ограничения, связанные с пандемией COVID-19, серьезно повлияли на возможность ведения экскурсионной деятельности. Однако у людей осталась возможность самостоятельно знакомиться с природными территориями во время прогулок! Проект «Шаги по экотропе» позволяет создать смысловое наполнение семейных или дружеских прогулок, структурировать рекреационные потоки на природной территории, обеспечить природоохранный эффект и повышение уровня экологической культуры населения.

#### Механизм реализации

Запись на мероприятие ведется онлайн через соцсети. В группе ВКонтакте размещается объявление о возможности участия в интерактивной прогулке для команд до восьми человек. Команда авторизуется, указывает номер телефона для связи, и накануне экскурсии им сообщается их персональное время выхода на экологический маршрут.

В назначенное время команду встречают организаторы, которые проводят небольшой вводный рассказ об ООПТ, знакомят с экологическим маршрутом, предоставляют маршрутный лист с заданиями, которые участники будут выполнять на тропе в заранее отмеченных точках. Задания для участников носят познавательный интерактивный характер. Кроссворды, эксперименты, «находилки», творческие задания, загадки верю / не верю, исторические факты. Время выполнения заданий — не более пяти минут.

Выход команд на маршрут длится с промежутком 10–15 минут, в день участвует до 12 команд (от одного до восьми человек в команде). В конце путешествия участников снова встречают организаторы, проводится рефлексия.

#### Возможность тиражирования опыта

Наиболее активно проект проходил в 2020 году, во время жестких ограничений он стал приятным видом досуга для многих местных жителей. На ос-

новании отзывов посетителей в программу маршрутного листа вносились коррективы и дополнения, разрабатывались новые тематические путешествия на одном и том же экомаршруте.

Идея нашла заинтересованную аудиторию, проект и сейчас продолжается. Но финансовой поддержки в 2021 году проект не получил, поэтому «Шаги по экотропе» на настоящем этапе реализуется исключительно на волонтерских началах для школьных групп и заинтересованных родителей.

Проект реально тиражировать на другие территории, запланированы новые методические разработки для привлечения посетителей. Идет разработка методических руководств для посетителей на трех маршрутах по ООПТ в Толстовском городском поселении.



#### Адаптация к ковидной реальности

В проекте соблюдены все ограничения, связанные с пандемией COVID-19.

Встречающий организатор обеспечен перчатками, маской, в наличии санитарный спрей для обработки рук. Организатор соблюдает необходимую дистанцию. На маршруте команда передвигается самостоятельно, взаимодействие происходит только внутри коллектива.

Часть мероприятий проекта проводится в онлайн-формате: конкурс фотографий, конкурс плакатов, мастер-классы и т.д.

#### Природоохранный эффект

Проект продемонстрировал значимый положительный природоохранный эффект. Часть заданий маршрутного листа относится к теме охраны природы, методические материалы разработаны с учетом задачи повышения уровня экологической культуры населения. Участникам путешествия выдаются пакеты для сбора мусора.

Следует отметить, что общее санитарное состояние ООПТ Памятник природы «Токсовские высоты» в 2020 году значительно улучшилось. И в 2021 году территория стабильно радовала чистотой даже в пикниковой зоне.

Однако в 2020 году стала заметна сильная вытоптанность тропы экологического маршрута. Причиной этого стало не только увеличение количества экотуристов, но и активное использование маршрута при проведении массовых спортивных соревнований (бег, спортивное ориентирование, скандинавская ходьба, марафоны, игровые забеги, велогонки и пр.). Для разделения потока посетителей было решено организовать дополнительный сокращенный маршрут для родителей с детьми.

#### Возможность участия местных жителей

Авторами проекта, а также основными участниками мероприятий являются местные жители пос. Токсово. Группа в социальной сети ВКонтакте, освещающая мероприятия проекта, ведет активную деятельность и нацелена на местное население, дачников, жителей соседних поселений.

## 4. ЭКОТУРИЗМ В ЭПОХУ COVID-19: КРИЗИС ИЛИ ПУТЬ К «НОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ»?

Пандемия COVID-19 оказала и продолжает оказывать огромное влияние на здоровье и все сферы жизни людей во всем мире. Не исключением стал и экологический туризм, основными объектами которого являются особо охраняемые природные территории (ООПТ).

### Этапы и последствия пандемии — обзор ситуации

#### Первый этап — кризис туризма.

С началом пандемии (весна 2020 года) многим ООПТ пришлось полностью остановить прием туристов, в результате к концу 2020 года общее количество посетителей ООПТ во всем мире снизилось на 85%.

**Это, разумеется, сказалось на экономической устойчивости принимающих территорий. По оценкам Всемирного банка, наиболее больно пандемия ударила по локальной экономике и благосостоянию жителей небольших изолированных населенных пунктов, соседствующих с ООПТ и специализирующихся на предоставлении услуг экотуристам, в наиболее бедных развивающихся странах, особенно в Африке и Латинской Америке.**

Пример: Бразилия – снижение посещаемости ООПТ на 50%, потеря 55 тыс. рабочих мест, убыток для бизнеса и ООПТ 410 млн долларов США.

Сильно пострадала природоохранная деятельность тех ООПТ, обеспечение которых зависит от доходов, получаемых за счет экотуристских программ.

**В результате природоохранного кризиса во многих странах увеличилась интенсивность нелегального природопользования, в том числе браконьерства (в первую очередь носорогов, горилл, львов, жирафов), незаконной торговли дикими животными, нерегулируемого промысла. Ведь эти нарушения во многом сдерживались ранее в том числе за счет физического присутствия туристов («лишних глаз») на территориях.**

Однако наряду с очевидными негативными последствиями ограничения посещения ООПТ создали идеальные условия для восстановления природных комплексов после воздействия туризма и туристов.

#### Второй этап — новый туристский «бум».

Со снятием строгих эпидемиологических ограничений (в разных странах мира это произошло летом — осенью 2020 года) туризм вернулся в ООПТ с новой силой, обнажив уже другие свои слабые стороны.

**В результате многие территории, пострадавшие в начале пандемии от отсутствия туристов, сегодня оказались перед новым вызовом —**

**переиспользованием, вызванным небывалым всплеском посещаемости (в первую очередь за счет внутренних туристов, то есть жителей региона или страны посещения) и всеми сопровождающими его негативными последствиями для природы и жизни местного населения.**

Пример: Китай. Тысячи местных жителей устремились на объект Всемирного наследия ЮНЕСКО — в горы Хуаншань, Через неделю ее пришлось закрыть из-за превышения установленной для этого объекта квоты в 20 тыс. человек.

Туризм вернулся в новом образе по сравнению с доковидной эпохой — с новыми целями и потребностями со стороны туристов и новыми требованиями к посещаемым территориям. Больше всего туристов устремились в прибрежные экосистемы и национальные парки, находящиеся в пределах транспортной доступности от крупных городов. С особой силой проблема туристского переиспользования ударила по тем территориям, которые не имеют опыта и налаженной системы продуманного и грамотного управления посетителями и которые оказались не подготовлены к такому «взрыву» туризма. Усугубляет проблему специфика «нового контингента» посетителей — у них, как правило, более низкий (по сравнению с доковидными туристами) уровень экологической культуры, а также совершенно иные ожидания и цели.

При этом некоторые территории оперативно скорректировали подходы к управлению туристскими потоками, что позволило избежать проблемы переиспользования и улучшить опыт посетителей, предоставив большие возможности для уединенного общения с природой.

- Пример: Перу. Мачу-Пикчу (объект наследия ЮНЕСКО) — после восьми месяцев закрытия «вернулся» в туризм с новой квотой на посещение (675 посетителей в день), составившей менее 1/3 от разрешенного ежедневного количества посетителей в доковидное время.

### **Новая реальность и уроки пандемии: от кризиса к новым возможностям**

К сожалению, еще рано говорить о победе над COVID-19. Время от времени в разных странах мира вновь вводятся те или иные ограничения, в том числе на посещение ООПТ.

**Пандемия стала не просто коротким кризисным этапом для всех сфер человеческой жизни и деятельности, а, кажется, новой реальностью, требующей полноценной адаптации, а в ряде случаев — полного пересмотра и «перестройки» привычных подходов, поиска новых решений. Реальностью, принесшей новые вызовы охраняемым территориям, обнажившей слабые стороны, как казалось, «устойчивого» и «экологического» туризма, заставившей критично и по-новому взглянуть на его организацию, миссию и последствия для Природы и Человека.**

По мнению многих ведущих мировых природоохранных экспертов и лидеров «зеленой» туристической индустрии, пандемия COVID-19 — это время переосмысления сути и миссии экотуризма, «перенастройки» его на новый, по-настоящему устойчивый с экологических, социально-экономических и социокультурных позиций манер с учетом уроков прошлого и глобальных экологических проблем.

Пример: Новая Зеландия. Правительство в ответ на кризис разработало новую национальную стратегию развития туристской отрасли. При этом впервые в истории страны ее главными авторами стали специалисты Департамента охраны природы, а основные приоритеты были смещены с удовлетворения нужд туристской индустрии на сохранение природных комплексов и обеспечение благополучия (социокультурного и экономического) жителей посещаемых территорий. Авторы стратегии подчеркивают, что туризм на природных территориях Новой Зеландии — не самоцель, а инструмент достижения важных для природы и общества целей.

### Основные нетривиальные решения по воплощению стратегии в жизнь «на земле» включают:

- ограничение использования туристами личных транспортных средств, внедрение экологических видов общественного транспорта на основных маршрутах, увязанных в единую транспортную сеть;
- разработка ценовой политики для иностранных гостей, учитывающей природоохранную и социокультурную ценность посещаемых объектов;
- запрет для ряда объектов на посещение круизными судами. Именно круизные туры — идеальные примеры анклавного туризма, при котором посещаемые территории не получают ощутимых экономических и природоохранных выгод. В случае Новой Зеландии, помимо этого, круизный туризм негативно сказывается на благополучии ряда флаговых видов морских млекопитающих — обитателей прибрежных акваторий;
- разработка «на местах» новых форматов и подходов к управлению потоками посетителей и в целом туристскими территориями, «перенастройка» с интересов туризма к интересам природы и местного (коренного) населения.

Новая реальность требует особого внимания к безопасности людей — здоровью посетителей и местного населения. Во всем мире принимающие территории находятся перед дилеммой: с одной стороны желание восстановить бизнес и вновь принимать туристов, с другой стороны опасения, связанные с риском новых случаев болезни, который туристы привозят с собой.

В целом же пандемия заставила организаторов природного туризма обратиться пристальным взглядом к интересам и потребностям жителей и посетителей. Для многих территорий, где социальные и социокультурные аспекты туризма до недавнего времени оставались без внимания, это является большим шагом на пути к воплощению в жизнь концепций экологического и устойчивого туризма.

## Постковид: как жить дальше?

При взгляде на то, как сегодня жизнь людей во всем мире меняется и адаптируется к новой реальности, невольно возникает философский вопрос: «Что мы должны вынести из этой ситуации? Может быть, COVID-19 — это некое послание от Природы человечеству? О чем оно нам говорит, на что просит обратить внимание?..»

Подобными вопросами задаются и мировые лидеры, одновременно делая недвусмысленные выводы.

*«Природа посылает нам ясное сообщение. Мы вредим природе, нанося ущерб самим себе».*

Антониу Гутерриш,  
генеральный секретарь ООН:

*«Сегодня — прекрасное время, чтобы переосмыслить наши подходы к туризму и его миссии. Потому что если мы в здравом уме, мы не можем губить природу, ради которой к нам и приезжают туристы».*

Саймон Аптон, уполномоченный по вопросам окружающей среды парламента Новой Зеландии:

**По мнению многих, пандемия должна стать своего рода звонком будильника, заставить человечество проснуться и обратить внимание на планетарные проблемы. Каким будет экотуризм в постковидную эпоху? Все ли услышат этот звонок и чем останется пандемия в истории туризма и конкретных территорий? Временем кризиса и упадка или переосмысления и «перенастройки» туризма на волну «новой устойчивости»?**

Время покажет... но уже сегодня специалисты всего мира признают, что туризм и жизнь людей никогда не станут прежними. А какими они будут — зависит во многом от наших действий и вклада каждого.

# 5. СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ В ЕВРОПЕ ДО НАЧАЛА COVID-19

## Характеристика ситуации в настоящее время и перспективы

### 1. Понятия и определения

**Термин «сельский туризм» может трактоваться по-разному, но чаще всего встречаются такие варианты:**

1. Сельский туризм как деятельность, непосредственно связанная с действующей фермой, схожее название — «агротуризм». Во многих странах именно такой вид деятельности стал отправной точкой развития сельского туризма. В настоящее время под это определение попадают только те объекты туризма на сельских территориях, которые расположены на действующих фермах.
2. Сельский туризм как деятельность, основанная на ресурсах и ценностях сельской местности, с максимально бережным отношением и интеграцией в экономические, социальные и культурные процессы и традиции. Это определение выделяет сельский туризм из других видов туризма, которые могут присутствовать на той же сельской территории, по наличию некоторых особенностей, характеризующих «деревенское» или «сельское» гостеприимство: душевность, маломасштабность, личностный подход, «люди едут к людям» и т.п.
3. Туризм в сельской местности как любая туристическая деятельность, осуществляемая на сельской территории и использующая ее ресурсы и особенности. У данного определения есть ограничения, связанные с тем, что не каждый вид туризма на сельской территории отвечает принципам устойчивости. Некоторая туристическая деятельность ставит под угрозу существование и сохранение ресурсов территории, тех самых, что являются ключевыми в сельском туризме и привлекают гостей именно своим особенным «деревенским» колоритом и гостеприимством.



### Как понимается сельский туризм

На понимание и восприятие сельского туризма значительно влияют разные точки зрения и интересы всех вовлеченных сторон, таких как сами сельские жители, фермеры, профессионалы в сфере туризма, местные и региональные органы власти. Однако в последние 20–25 лет большинство людей и организаций, чья деятельность так или иначе связана с сельским туриз-

мом, соглашаются с определением под номером 2. При этом общие тенденции спроса и связанные с ним возможности построить успешный бизнес корректируют определение, добавив акцент именно на устойчивости. Таким образом, чаще всего в мировой практике сейчас используется концепция «Устойчивый туризм в сельской местности».

Для понимания сельского туризма на глобальном уровне Европейская комиссия EuroTier<sup>1</sup> еще 30 лет назад дала определение, которое актуально до сих пор:

«Сельский туризм характеризуется тем, что встроен в экономику сельских территорий и использует природные ресурсы и культурное наследие, задействует местное население, опирается на местные традиции, производит сертифицированные местные продукты и услуги, при этом сохраняя и демонстрируя региональную идентичность. Такой вид туризма удовлетворяет потребности путешественников в размещении, питании, организации досуга и других услугах, поддерживая при этом устойчивое развитие и отвечая на запросы современного общества в сфере досуга и отдыха через социальную кооперацию города и села».

## 2. Между развитием сельских территорий и туризмом

Термины «сельский» и «агротуризм» часто используются в качестве синонимов как при описании понятий как таковых, так и при описании туристического продукта. Однако это концептуально ошибочный подход, потому что смешивает два понятия из разных сфер, по факту имеющих мало или совсем ничего общего. В результате мы видим путаницу в понятиях и неэффективное распределение государственных и частных ресурсов.

Сельский и агротуризм имеют схожие определения, о которых говорили выше: туристическая деятельность на сельской территории. Это определение может использоваться для описания технических критериев и параметров, необходимых при разработке политики в сфере туризма и мер поддержки сельских территорий. Такой подход используется в рамках Общей сельскохозяйственной политики (ЕСП) Европейского Союза для поддержки отдыха и туризма в сельской местности, например через реализацию различных программ развития сельских территорий, начиная с 1991 года, или иных национальных программ, проводимых комитетами/министерствами по туризму во многих странах Европейского союза.

**Однако туристический продукт — это совсем другое. Он создается на основе существующего на рынке спроса. Это значит, что услуга или дестинация будут успешными и устойчивыми только в том случае, если они предлагают продукт, востребованный определенными целевыми аудиториями. Подход к бизнесу, ориентированный на рынок и спрос, много лет применялся в традиционной индустрии туризма и связанной с ней политике, где сельский туризм считался нишевым, менее значимым сегментом.**

1. EuroTier — Европейская комиссия — DG XXIII — 1992 — Исследование EuroTier по размещению туристов в сельской местности в европейских странах.

Таким образом, динамичное развитие сельского туризма в последние годы, как и многих других рекреационных услуг, было обусловлено потребительскими предпочтениями и «модой», в частности, более искушенные туристы отдавали предпочтение личностному подходу, уникальному опыту, аутентичности и экологичности, общению с природой.

Добавить стоит и тот факт, что в последние 20 лет несколько параллельно существующих глобальных тенденций увеличили интерес к сельскому туризму, а наличие современных коммуникационных технологий, дающих возможность присутствия на рынке и продвижения даже самым малым услугам и бизнесам, вместе с вышеперечисленными факторами, привело к увеличению доли рынка сельского туризма еще до COVID-19. Если посмотреть на статистику, то четко видны периоды более или менее активного роста отрасли и спада, который, хочется надеяться, носит временный характер. Данные, собранные Ruraltour — Европейской федерацией сельского туризма, показывают, что за указанный период среднегодовой прирост спроса и предложения на сельский туризм составил около 10–15%. В европейских странах этот показатель намного выше, чем в сфере туризма в целом, где рост составил всего около 2–3% в год.<sup>1</sup>

## 3. Статистические данные

В сельском туризме очень сложно получить точные цифры или надежные оценки экспертов. Определения и положение сельского туризма отличаются в разных странах, как и источники статистических данных. Так, в большинстве стран средство размещения считается сельскотуристическим, если количество спальных мест в нем не превышает 40, а в среднем в странах Европы средство размещения в сельском туризме — это 12–15 спальных мест. Такие средства размещения могут быть попросту не отражены в официальной статистике, потому что количество спальных мест в них невелико и не считается важным для статучета. Но даже с учетом этого подхода попытки оценить количество спальных мест в малых, микро- и дополнительных средствах размещения показывают интересные результаты (28 стран ЕС плюс остальная часть континентальной Европы) в 2019 году:<sup>2</sup>

- более 500 тыс. объектов размещения;
- около 6,5 млн спальных мест;
- «агротуризм» составляет около 15–20% от этого общего объема;
- прямые расходы на туризм на сельских территориях > 60 млрд евро;
- глобальный эффект (прямой плюс мультипликаторный) для сельской экономики > 110 млрд евро.

Эти данные не включают доход от экскурсий (однодневных поездок без ночлега), что является достаточно распространенным видом бизнеса в пригородах больших городов или густонаселенных районах. Здесь нет доли туристических объектов, слишком маломасштабных для того, чтобы быть включенными в статистику, или работающих неформально, также не учтены

1. Собственные исследования на основе неопубликованных внутренних ежегодных опросов, расширении членства организации и периодических исследований 1990–2015 годов.

2. Собственные исследования и расчеты, основанные на официальной или региональной статистике, опубликованной на сайтах и других общедоступных источниках.

средства размещения с количеством спальных мест менее 40. Приведенные данные — это результат осторожного и консервативного подхода к оценке сферы сельского туризма. Вполне вероятно, что при более смелых подсчетах может оказаться, что сфера сельского туризма в Европе генерирует более 200 млрд евро в год. Для сравнения, по данным Всемирного банка за 2015 год, это сопоставимо с ВВП Финляндии<sup>1</sup> или почти вдвое выше ВВП Венгрии<sup>2</sup>. Предположительно около 50% от общего количества — это сельские туристические объекты в непосредственной близости (два — четыре часа езды) от средних и крупных городов, а остальные 50% расположены на удаленных сельских территориях с привлекательными природными или культурными достопримечательностями, куда туристы едут, несмотря на более длительные расстояния и связанные с этим неудобства.

В европейском секторе туризма в целом доля сельского туризма варьируется от 2 до 40% в зависимости от страны и региона. Вероятнее всего, объекты размещения сельского туризма составляют около 15% всех официальных спальных мест на европейском туристическом рынке, что подтверждает приведенную выше цифру в 6,5 млн.

Сельский туризм в Европе и других странах мира ориентирован на внутренний рынок, большая часть — на территории, расположенные в непосредственной близости от сельскотуристических объектов.

#### **Доступные данные на эту тему позволяют сделать следующие выводы<sup>3</sup>:**

- 95% посетителей местные (путешествуют внутри страны);
- 80% из них живут менее чем в трех часах езды, что предполагает краткосрочное пребывание и сосредоточение услуг в непосредственной близости от городов;
- годовая заполняемость составляет 20–25%, но может быть вдвое ниже — 12–15%. В чисто туристических регионах, вдали от городов, средства размещения часто работают всего лишь несколько месяцев в году;
- заполняемость 35% можно считать очень хорошим результатом (такого результата достигают менее 10% средств размещения);
- средняя продолжительность пребывания составляет от 1,5 дня (туристы из близлежащих городов), 3,6 дня (внутренние туристы, время в пути более четырех часов) и около 9 дней (иностранные посетители);
- 85% посетителей предпочитают отдельное размещение (аренда дома целиком). Эта цифра может увеличиться, если мы включим аренду частных домов или квартир через такие платформы, как AirBnB или HomeAway;

1. <http://data.worldbank.org/?locations=HU-FI> 232 млрд долларов США по обменному курсу 0,9 евро/доллар США = 209 млрд евро.

2. <http://data.worldbank.org/?locations=HU-FI> 121 млрд долларов США по обменному курсу 0,9 евро/доллар США = 109 млрд евро.

3. Сравнительный анализ национальной и региональной (где имеется) статистики, дополненный опросами предпринимателей и профессиональных организаций сектора.

- только 15% посетителей предпочитают и используют традиционный «В&В» («постель и завтрак»), который предлагает дополнительные услуги, такие как завтрак и другое питание, уборка номера и т.д. В целом эта группа клиентов имеет более высокую платежеспособность и тратит больше во время отдыха;
- менее 5% ожидают, что средство размещения будет предлагать дополнительные услуги, помимо завтрака и питания.

**Резюмируем: есть две основные стратегии для получения желаемого оборота и прибыли.**

- 1. Нацеленность на внутренний и ближайшие рынки, что позволяет сделать объекты сельского туризма доступными многим группам населения. Удовлетворительный результат достигается за счет относительно низких инвестиций и большого количества клиентов.**
- 2. Нацеленность на внешние или местные нишевые рынки. Ограниченный размер рынка компенсируется более высокой прибылью, но требует специализации и более высокого уровня профессионализма.**

#### **Воздействие COVID-19 в период 2020/2021**

Как было сказано выше, в момент начала пандемии COVID-19 глобальные тренды в туризме были весьма благоприятны для развития сельского туризма. В таблице ниже перечислены воздействия, которые пандемия оказала на сферу сельского туризма, далее в пособии они будут рассмотрены более подробно.

<b>ВОЗДЕЙСТВИЕ COVID-19 НА СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ</b>	
<p><b>Краткосрочный эффект (сезон 2020/21)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Потери во время пасхальных каникул — локдаун</li> <li>• Очень высокий спрос в летний период — востребованы места немассового туризма</li> <li>• Возможность расширить рынки</li> <li>• Запрет на международные и междугородние полеты</li> <li>• Отмены туров туроператорами</li> <li>• Знания о гигиене и санитарии</li> <li>• 2-я волна осенью/зимой</li> </ul>	<p><b>Долгосрочный эффект (сезон 2021 и далее)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Туризм вернется к допандемийному уровню</li> <li>• Ускоренное изменение ценностей</li> <li>• Лояльность новых клиентов — сохранится ли?</li> <li>• Кто смог удержать бизнес при отсутствии доходов?</li> <li>• Цифровизация — необходимые навыки и практическое применение</li> </ul>

Во время первой волны весной 2020 года локдаун, объявленный во всех странах, привел к полной потере доходов в один из «гарантированных» периодов 100%-ной загрузки: пасхальную неделю. Последующие месяцы (май/июнь) — это обычно низкий сезон. Потери из-за простоя во время локдаунов были частично компенсированы программами государственной поддержки, о которых будет рассказано ниже.



**Во время летнего сезона 2020 г. ситуации были разными в разных странах и регионах, однако можно проследить наметившиеся общие тенденции, которые укрепились в 2021 году:**

- Очень высокий рост спроса на сельские туристические объекты, поскольку туристы ехали в места немассового туризма, — в некоторых случаях наблюдался рост более 300% — «избыточный туризм».
- Приток «нетипичных» посетителей, которые обычно выбирали для отдыха поездки к морю.
- В результате появления «нетипичных» посетителей, которых скорее привлекала репутация сельских направлений как безопасных для отдыха в период пандемии, нежели целевой интерес к «классическим» объектам сельского туризма, сложилась такая ситуация: уже «известные» территории сельского туризма, где традиционно была высокая загрузка, получили еще больше туристов, а очень «классические», но малоизвестные объекты сельского туризма простаивали, с трудом привлекая посетителей.

**Во время летнего сезона 2020 сильнее проявились слабые места и возможные риски сельского туризма:**

- Менеджмент туристических потоков — сложности в наблюдении и контроле.
- Значительный рост краткосрочных бронирований и отмен броней, в зависимости от развития ситуации с пандемией.
- Новые нормы и правила в отношении гигиены и санитарии, как в производственных процессах, так и в требовании к оборудованию, стали вызовом для неподготовленных и неквалифицированных предпринимателей.
- Волатильность рынков и спроса стали очевидными и проявились ярко во время второй и последующих волн COVID-19 осенью и зимой.

**Осенью 2020 года и зимой/весной 2021 года снова были объявлены локдауны, продолжились ограничения на поездки между муниципалитетами.**

Это привело к остановке сектора и почти полной потерей работы в выходные дни, Рождество и Пасху. Иностранцев туристов не было до начала лета 2021 года, поскольку действовали ограничения на международные поездки.

**Летний сезон 2021-го во многом повторил опыт 2020 года, отличие было в следующем:**

- Объекты сельского туризма восстановили работу с иностранными путешественниками в большей степени, чем направления традиционного пляжного туризма (хотя показатели все еще ниже значений 2019 года).
- Прибрежные направления снова стали доступны для туристов, однако общий турпоток по всем направлениям туризма по-прежнему явно ниже показателей 2019 года. Однако сельский туризм смог удержать свои позиции и показал рост в 15% по сравнению с 2019 годом. Предприниматели из некоторых стран и регионов говорили, что лето 2021 года стало их «лучшим сезоном».

- Сохранился очень высокий интерес туристов к уже известным сельскотуристическим направлениям, но благодаря опыту 2020 года предприниматели стали лучше справляться с большими турпотоками. Тем не менее проблема «чрезмерного туризма» сохранится на многих территориях в будущем.
- Переход к цифровым коммуникациям и менеджменту, который и до пандемии был одним из трендов, резко ускорился по причине ограничений на поездки и невозможности личного общения («бесконтактные» коммуникации и менеджмент).

## 5. Меры поддержки со стороны органов власти

Во время COVID-19 стала очевидной роль сельского туризма как связующего звена между развитием сельских территорий и сектором туризма, как было сказано выше в разделе 2 данной главы.

**Поддержка со стороны органов власти и общественных организаций была предоставлена следующим видам экономической деятельности:**

- **сельскохозяйственная деятельность (фермеры, работающие полный рабочий день);**
- **предпринимательская деятельность в сфере туризма.**

Все те, кто работал на стыке этих отраслей, в форме дополнительной занятости, получили поддержку либо по своей основной деятельности, либо как наемные работники.

Таким образом, государство в целом поддержало отрасли сельского хозяйства и туризма. Специальных мер, направленных именно на поддержку сельского туризма, не было.

**Условия и формы поддержки бизнеса сильно различаются в разных странах Европы и могут быть обобщены следующим образом:**

- Процентная поддержка, исчисляемая на основе оборота средств за похожие периоды работы в прошлом. В соответствии с этой формой поддержки зарегистрированные предприятия получали компенсацию, равную 40–70% от ожидаемого среднего дохода. Точный размер поддержки зависел от декларированного дохода того же периода предыдущего года.
- Временное прекращение деятельности. Эта форма поддержки применялась в основном к микробизнесам или самозанятым. Владельцы должны были официально приостановить свою деятельность и в течение этого периода получать поддержку по форме, указанной выше.
- Единовременные выплаты за определенный вид работ по месяцам. В одних случаях эти суммы выплачивались только собственнику, в других — рассчитывались в зависимости от количества работников. При этом бизнес должен был оставаться работающим, а зарплата сотрудников сохранена без изменений.
- Доступ к субсидированным банковским кредитам.

Вышеперечисленные меры поддержки относятся к предпринимателям и бизнес-компаниям.

**Помимо этого, по разным схемам оказывалась поддержка наемным сотрудникам:**

- Сокращение рабочего времени от указанного в трудовом договоре. Разница (полностью или частично) компенсировалась из государственных средств либо компании, либо непосредственно работнику.
- Вынужденный отпуск с сохранением контракта и рабочего места. В эти периоды рабочий обычно получал государственные субсидии, например единовременные выплаты или пособие по безработице.
- Временное частичное или полное прекращение трудовых отношений между предприятием и работником. В этом случае рабочий приравнивался к увольняемому и, таким образом, получал право на пособие по безработице. Однако трудовой договор оставался в силе, и в дальнейшем его можно было возобновить.

Теоретически вышеуказанные меры должны были позволить большинству, если не всем официально созданным предприятиям сельского туризма, получить жизненно важную поддержку, чтобы сохранить свой бизнес во время пандемии COVID-19 и возобновить деятельность после нее. Реальность была несколько иной — не столько из-за мер как таковых (которые были предприняты и сработали), сколько из-за опоздания в их реализации (через несколько недель после начала пандемии) или задержек с реальными выплатами. Эти задержки не обязательно привели к банкротству или закрытию бизнесов, но они создали дополнительную финансовую нагрузку, поскольку бизнесам приходилось искать промежуточное финансирование в виде банковских кредитов по рыночным ставкам.

Однако мы должны признать, что по сравнению с туристическим сектором в целом сельский туризм отделался легким испугом.

**Это произошло по нескольким причинам:**

- В основном это семейный бизнес с высокой степенью устойчивости. Стратегия «затянуть пояса», вероятно, была одной из наиболее применяемых и эффективных для преодоления пандемии COVID-19, особенно когда государственная поддержка была недоступна или пришла с опозданием.
- В то время как «традиционный» сектор туризма в 2020 году и большей половине 2021 года испытывал серьезные сложности, сельский туризм на многих территориях выиграл благодаря большому потоку туристов в высокий сезон. Это не полностью компенсировало потери в низкий сезон (простои в выходные дни весной/осенью/зимой), но все же урон в сельскотуристическом секторе сравнительно меньше, чем у предприятий туризма в городских или прибрежных районах.

## 6. Перспективы на 2022 год и далее

Со стабилизацией медико-санитарной ситуации, когда риски COVID-19 снизятся до уровня, аналогичного сильному гриппу, туризм вернется к «новой норме». В данный момент сложно сформулировать обоснованные выводы и прогнозы о среднесрочном и долгосрочном воздействии COVID-19 на сельский туризм, однако эксперты по туризму, и не только сельскому, согласны с несколькими моментами. Прежде всего с тем, что сельский туризм, похоже, окажется в выигрышном положении.

- Как и любой кризис, COVID-19 ускорил развитие уже существовавших основных тенденций и событий. В сфере туризма — это цифровизация и персонализированные туристические продукты и услуги.
- COVID-19 повысил ценность и понимание важности «бесконтактных» услуг, личного общения и местных цепочек поставок через кооперацию предпринимателей на местах.
- У туристов вырос интерес к персонифицированному уникальному опыту через личное погружение в культуру и жизнь территории: «гостить у местных жителей» — явный тренд.
- Параллельно с этим стало более очевидным изменение климата. Выбирая направление отдыха, средство размещения и другие туристические услуги, путешественники принимают во внимание критерии устойчивого развития и возможность минимизировать CO2-след.

Эти в целом положительные тенденции не гарантируют автоматически успешное будущее для сельского туризма. Многие из них («гостить у местных жителей») относятся не только к отдыху на сельских территориях. Они, по сути, лежат в основе успеха международных платформ, таких как AirBnB. Иногда такие платформы являются конкурентами, но чаще — дополнительными ресурсами для продвижения своих объектов, союзниками сельского туризма.

В приведенной ниже таблице представлен SWOT-анализ, который стоит принимать во внимание при планировании работы в сфере сельского туризма.

SWOT 2021	
<p><b>Сильные стороны</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Положительный имидж</li> <li>• Разнообразие продуктов и услуг</li> <li>• Человеческий фактор: личное общение и индивидуальный подход</li> <li>• Аутентичность</li> <li>• Хорошее соотношение цены и качества</li> </ul>	<p><b>Слабые стороны</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Сомнения относительно надежности / невысокий уровень доверия</li> <li>• Проблемы с качеством связи</li> <li>• Нехватка навыков и знаний при среднем и высоком уровне спроса</li> <li>• Отсутствие профессионального имиджевого маркетинга / уникального коммерческого предложения</li> <li>• Слабая институциональная поддержка / лоббирование интересов</li> </ul>
<p><b>Возможности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Изменение ценностей у населения</li> <li>• Тренды рынка</li> <li>• Изменение приоритетов из-за COVID-19</li> <li>• Цифровизация</li> <li>• Социальные приоритеты</li> </ul>	<p><b>Угрозы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Чрезмерный рост турпотока в сельскую местность</li> <li>• Излишние правила и зарегулированность</li> <li>• Консервативный менталитет, сложности с адаптацией к изменениям</li> <li>• Смена поколений</li> <li>• Приход на сельскую территорию крупных бизнесов с централизованным управлением</li> </ul>

**По опыту автора этой главы, среднесрочная (4 — 7 лет) стратегия развития должна отдавать приоритет следующим действиям:**

- Сделайте пересмотр и переоценку «сельского» продукта с учетом актуальных моделей покупательского спроса.
- Позиционируйте сельский туризм, создав уникальное коммерческое предложение, чтобы в выгодном свете показать все особенности и «изюминки» отдыха в сельской местности и подчеркнуть отличия от других, основных, видов туризма: пляжного, городского и круизного.
- Определите и максимально четко и лаконично транслируйте имидж продукта.
- Определите долгосрочное (до 2040 года) видение.
- Постарайтесь предвидеть угрозы, особенно те, которые несовместимы с основными ценностями сельского туризма (например, чрезмерный туризм).
- Get Digital — используйте цифровые инструменты и ресурсы во всех областях: взаимодействие с провайдерами и клиентами, продвижение, рыночная аналитика и т.п.
- Расширяйте сезон — обратите внимание на целевые аудитории с особыми интересами и международный спрос.

Если вышеуказанные рекомендации будут приняты к сведению и проработаны, ежегодный рост сельского туризма примерно на 10–15% по сравнению со значениями доковидного времени станет реалистичным в ближайшие годы. Однако мы должны осознавать, что такие темпы роста подразумевают дополнительные изменения, которые отражены в новой концепции, предложенной в первом разделе данной главы: **«Устойчивый туризм в сельской местности»**. Концепция устойчивости должна применяться к любым видам услуг и объектов.

Важно помнить, что прежде всего мы говорим о деятельности, которая будет приносить дополнительный доход и повышать уровень и качество жизни сельских сообществ. Мы говорим о нашем вкладе в превращение сельских районов в динамичные, жизнестойкие и привлекательные для молодежи территории, жизнь на которых по качеству не уступает жизни в городе. Но, для того чтобы сельские сообщества приблизились к этому образу, необходимо вести целевую деятельность, которая понимает и «продает» горожанам ценности и ресурсы сельских территорий по наилучшей цене. Эту цель не достигнуть, если нишевые виды отдыха — агротуризм, экотуризм, эксклюзивный природный туризм или элитные варианты отдыха на сельских территориях (например, глэмпинги) — использовать отдельно. Каждый из этих элементов важен и востребован, и все эти виды отдыха дополняют друг друга, но важно помнить о том ключевом элементе, который их объединяет, — сельская территория. Это сильный общий знаменатель, именно он определяет и отличает наши услуги от услуг других крупных сегментов туризма. Только объединив все разнообразие продуктов, услуг и инициатив вокруг этого ключевого элемента, мы добьемся заметности и действительно сможем конкурировать на мировом туристическом рынке.

## 6. ОСНОВНЫЕ НОРМЫ И ПРАВИЛА РАБОТЫ СЕЛЬСКИХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ В СТРАНАХ ЕВРОПЫ\*

В европейских странах к вопросам безопасности и порядка в работе объектов сельского туризма относятся достаточно серьезно. При этом набор необходимых требований, разрешений, лицензий и сертификатов различается в каждой стране в зависимости от того, как в правовом поле определяются услуги, которые предприниматели предлагают своим гостям в сельском туризме. В разных странах эта сфера регулируется по-разному, но существуют общие рекомендации, разработанные на основе многолетнего опыта существования туристической отрасли, современных трендов в туризме, изучения потребностей целевой аудитории и стремления создать комфортные условия для гостей и хозяев. Эти рекомендации предприниматели в сельском туризме могут брать во внимание, если хотят быть уверены в том, что их объект/услуга удовлетворяет базовым стандартам и основным запросам современных путешественников.

### Общие положения. Технические нормы и правила

#### Средства размещения

Законодательство ЕС не предусматривает регулирования сферы сельского туризма. Вся законодательная база по поводу ведения бизнеса в сфере сельского туризма находится на национальном уровне, каждая страна вводит свои законы, требования и правила. В одних странах средства размещения с малым количеством спальных мест (до трех — пяти гостевых комнат), формата, например, «ночлег и завтрак» (B&B) или гостевые дома с самообслуживанием часто не считаются коммерческой деятельностью, поэтому к ним применяются менее строгие правила и требования. В иных европейских странах ведение бизнеса в сфере туризма возможно только при наличии специальной лицензии.

#### Требования к строениям

Как правило, это стандартные нормы строительства и безопасности для частных домов, хотя могут применяться дополнительно требования по противопожарной безопасности или санитарные требования, если оказываются услуги по общественному питанию. Средства размещения, рассчитанные на большее количество отдыхающих, как правило, должны выполнять необходимые требования, предъявляемые к гостиничному сектору в целом.

#### Пожарная безопасность

В каждой стране существуют технические регламенты на электроустановки и оборудование, системы отопления и камины, мебель и предметы интерьера, применение материалов, методы строительства, размеры и габари-

\* На основе методических рекомендаций по общим вопросам безопасности работы в сельском туризме в Европе «Your rural tourism business - run it smart»

ты и другие требования. Соответствие средства размещения нормам общей пожарной безопасности обычно проверяется пожарными органами. Требования к жилым помещениям включают наличие огнетушителя, системы сигнализации, инструкции на случай возникновения пожара. Номера телефонов спасательных служб должны быть размещены там, где их легко увидеть. Должны быть четко установлены и понятно изложены внутренние правила средства размещения относительно курения. Должны быть обозначены места для курения и предусмотрены пепельницы. Дополнительно могут потребоваться инструкции по эксплуатации отопительных систем и каминов, расположенные в заметном месте. Ответственность за выбор материалов в доме (должны быть трудновоспламеняющиеся или огнестойкие) несет хозяин помещения.

#### Пример рекомендуемых профилактических мер:

- Храните топливо и другие легковоспламеняющиеся предметы вдали от источников огня.
- Обращайте внимание на любые запахи масла (при масляном отоплении) или газа (при газовом отоплении), так как это может указывать на утечку.
- Не загромождайте выходы из помещений коробками, контейнерами, бумагой и мусором.
- Храните легковоспламеняющиеся вещества в проветриваемом и безопасном месте.
- Перед включением любых отопительных приборов и установок убедитесь в их исправности. Не используйте поврежденные электроприборы.
- При использовании отопительных установок используйте топливо, рекомендованное производителем.
- Не курите рядом с запасами топлива или легковоспламеняющимися предметами.
- Повесьте схемы запасных/аварийных выходов из помещения. Держите эти выходы свободными.
- Держите огнетушители в рабочем состоянии и свободном доступе, рядом с местом повышенного риска возгорания.
- В случае небольшого возгорания сохраняйте спокойствие. Не кричите, не бегайте и не толкайте никого.
- В случае более крупного пожара вызовите пожарную службу и не пытайтесь потушить его самостоятельно.
- Если много дыма, ползите по полу, где воздух чище, к выходу.
- Если ваша одежда загорелась, не бегите. Нужно упасть на землю и кататься по земле, пытаясь потушить горящую одежду.

#### **Системы водоснабжения и канализации**

В каждой стране есть технические строительные нормы на водопроводно-канализационные устройства и системы. Санитарные или иные ответственные службы проверяют, правильно ли функционируют системы, нет ли неприятных запахов и других несоответствий.

Системы водоснабжения и канализации в жилых помещениях должны соответствовать количеству гостей.

#### **Качество воды**

В каждой стране существуют технические регламенты и требования к качеству воды, соответствующими службами могут проводиться лабораторные пробы. Иногда встречаются требования, чтобы качество воды обязательно подтверждалось лабораторными анализами, а результаты отображались в доступном для гостей месте.

#### **Сбор и утилизация отходов и мусора**

В сельской местности, где не существует государственной службы сбора и утилизации мусора, владелец туристического объекта ответственен за сбор мусора и доставку до ближайшего пункта утилизации отходов.

#### **Газ и вентиляция**

Правила установки систем газоснабжения и вентиляции предусмотрены строительными нормами и правилами или включены в сертификат установки, который проверяет газовая компания. Проверку систем газоснабжения регулярно осуществляют газовые компании или иные ответственные службы. В дополнение к требованиям строительных норм инспекции качества, работающие в сфере сельского туризма, проверяют наличие и исправность систем вентиляции (например, открытые окна, вентиляторы, кондиционирование воздуха).

#### Пример рекомендуемых профилактических мер:

- Используйте предписанные системы дымоудаления и вентиляции.
- Контролируйте температуру, влажность и вентиляцию вашего рабочего места.
- Содержите оборудование в исправном состоянии.
- Имейте в наличии и знайте правила использования СИЗ.
- Установите соответствующую сигнализацию, такую как детекторы угарного газа.
- Регулярно проверяйте каждую газовую систему. Убедитесь, что ни одна точка не находится под давлением.
- Храните газовые баллоны в проветриваемом месте и вдали от источников тепла.
- Используйте подходящую тележку для перевозки газовых баллонов.
- Если вы считаете, что произошла утечка газа, не включайте электроприборы, не используйте зажигалки и спички. Закройте газовые краны и проветрите помещение.

#### **Безопасность электроустановок**

В дополнение к требованиям строительных норм инспекции качества сельского туризма (там, где они существуют) проверяют исправность и техническое состояние электрооборудования и приборов, например состояние проводки, розеток и т.д.

### Пример рекомендуемых профилактических мер:

- Осмотрите шнуры, вилки и розетки перед выполнением работы с электрооборудованием, утилизируйте поврежденное оборудование, например если нарушена система изоляции.
- Не оставляйте электрошнуры там, где могут ходить люди.
- Если при работе электрического прибора вы заметили что-то необычное, немедленно отключите прибор. Например, если чувствуете запах или если видите искры или если прибор «бьет током».
- Если прибор не работает должным образом, отключите его от источника питания, отметьте прибор как неисправный и зафиксируйте проблему, если будете решать ее позже.
- Не используйте спреи или жидкости для очистки подключенных к сети электроприборов. Вместо этого используйте влажную ткань для очистки таких приборов, как обогреватели, телевизоры или лампы. Отсоединять их нет необходимости.
- Не используйте влажную швабру, когда осуществляете уборку рядом с электрическими розетками и электрическими соединениями.
- Держите шнуры питания вдали от источников тепла, воды, масла, которые могут повредить изоляцию.
- Всегда используйте инструменты с маркировкой CE.
- Используйте соответствующие стандартные вилки.
- Если у вас есть клиенты за границей, у вас должны быть стандартные адаптеры Великобритании, США и Schuko DIN для безопасного подключения электроприборов.
- Не ремонтируйте электрическую панель самостоятельно. При несчастном случае страховой полис может не покрывать убытки, если вы проводили ремонт сами, не имея лицензии профессионального электрика.
- Не касайтесь электроприборов мокрыми руками или ногами.
- Перед обслуживанием/очисткой приборов убедитесь, что приборы отключены от сети.
- Чтобы отключить электроприборы, тяните не за шнур, а за вилку.
- Не снимайте системы электрозащиты и заземления самостоятельно.
- Не допускайте электрических перегрузок.
- Не используйте несколько розеток там, где это не предусмотрено, и не подключайте электрические разветвители питания.

### Защита от шума

Правила предоставления услуг в сельском туризме предусматривают надлежащую звукоизоляцию в номерах. Выбор стеновых и изоляционных материалов регулируется строительными нормами.

### Сауны и бассейны

В странах, где популярны сауны, технические регламенты на них существуют как часть строительных норм вне зависимости, построены они как отдельное здание или как часть дома или квартиры. Применяются санитарно-гигиенические нормы. В некоторых странах требуется специальная лицензия на

работу общественной сауны.

В некоторых странах Европы использование бассейнов регулируется правилами охраны труда и регламентами техники безопасности, даже в случае если это бассейн в отдельно расположенных средствах размещения с самообслуживанием. В других странах нет особых правил. Разные требования будут применяться к общественным и частным бассейнам.

Инструкции по использованию саун и бассейнов должны быть размещены на видном месте так, чтобы гости могли с ними ознакомиться до того, как ими пользоваться.

Оказывать услуги СПА на объекте сельского туризма могут только сертифицированные специалисты с медицинским образованием, подтверждающие документы должны быть размещены в открытом доступе.

### Безопасность гостей на объекте сельского туризма

#### Первая помощь

В гостевом доме обязательно должна быть аптечка с необходимыми средствами для оказания первой помощи. Необходимо разместить телефоны неотложной помощи на видном месте.

#### Санитарные нормы содержания помещений

Уборка помещений должна проводиться с учетом всех необходимых норм и требований по безопасности, в ситуации пандемии санитарные стандарты должны быть значительно выше.

Качество уборки в таких помещениях, как кухни, сауны, ванные комнаты и санузлы, подлежит проверке со стороны органов по контролю за пищевыми продуктами и гигиеной. Общий уровень чистоты проверяется инспекцией качества сельского туризма. При работе с химическими средствами для обработки помещений необходимо предельно строго следовать инструкции, обычно размещенной на этикетке. Особое внимание при этом следует уделять защите окружающей среды при утилизации отходов и упаковки от таких средств.

Предприниматели в сельском туризме должны знать об аллергенах и принимать меры предосторожности (еда, домашние животные, пыль, пыльца, плесень), хотя это не регулируется нормами и правилами.

#### Работа с продуктами питания

В большинстве стран существуют жесткие правила и нормы, регламентирующие продажу, хранение продуктов питания и приготовление пищи. На объекты сельского туризма, предоставляющие услуги по организации питания, распространяются те же нормы, что и на иные объекты общественного питания и кейтеринг. Обычно хозяева могут готовить еду гостям без лицензии только в небольших средствах размещения (по типу B&B) и только для тех гостей, которые у них проживают. В каждой стране существуют свои требования и регламенты, которые также распространяются на объекты сельского туризма. Специальное разрешение/квалификация для работы с пищевыми продуктами обычно требуется даже в том случае, если услуга не является основной и не считается бизнесом как таковым. В случае, если хозяева объекта сельского туризма продают произведенные у себя продукты питания, применяются другие правила — регламентирующие именно эту сферу: продажа

продуктов собственного производства и дикорастущих продуктов (травяные чаи, ягоды, грибы и т.д.). Домашний алкоголь подлежит лицензированию.

#### Пример рекомендуемых санитарно-гигиенических мер профилактики при работе с продуктами

- Используйте чистую индивидуальную одежду.
- Вымойте руки теплой водой с мылом и щеточкой для ногтей и высушите. Желательно, чтобы ваши ногти были короткими и чистыми, а для их сушки использовались бумажные полотенца.
- Используйте одноразовые перчатки и шапочку или сетку для волос, чтобы волосы не загрязняли пищу.
- Не курите, не ешьте и не жуйте жевательную резинку.
- Всегда мойте руки:
  - перед выполнением работы и после перерыва в работе;
  - перед и после работы с пищевыми продуктами;
  - после кашля, чихания или сморкания.
- Если есть порезы и другие раны на коже, обязательно нужно использовать повязки и перчатки.
- Храните продукты при температуре, которая указана именно для конкретного продукта.
- Используйте чистые инструменты для приготовления и подачи пищи. Тщательно промывайте их согласно нормам и требованиям.
- Всегда готовьте пищу при температуре выше 70 °С.
- Используйте питьевую воду для приготовления пищи, приготовления кубиков льда и т.д.
- Убедитесь, что в ваших холодильных камерах температура охлаждения ниже 4 °С, а температура заморозки ниже -18 °С.
- Храните продукты аккуратно, в отдельной упаковке. Не допускайте касания продуктов с полом и стенами.
- Размораживайте продукты в холодильной камере.
- Выбрасывайте отходы в контейнеры из водонепроницаемых, легко моющихся материалов и с автоматической, хорошо закрывающейся крышкой.
- Ежедневно мойте и дезинфицируйте полы, инструменты, контейнеры для мусора, рабочие зоны и т.д.
- Для перевозки продуктов питания используйте предназначенные для этого контейнеры и закрытые транспортные средства.
- Используйте чистые транспортные средства с плоскими изолирующими или охлаждающими поверхностями для перевозки продуктов, которые должны храниться при низких температурах.

#### **Питомцы**

Домашние животные, которые держат хозяева гостевого дома, не должны иметь доступа на гостевую территорию, чтобы не возникло проблем из-за аллергии или агрессивного поведения животного. Питомцы гостей так-

же должны оставаться на разрешенной для их пребывания территории. Некоторые гостевые дома не приветствуют отдых с питомцами. Необходимо четко прописать условия отдыха гостей с питомцами, чтобы туристы могли ознакомиться с ними до бронирования проживания.

#### **Помещения общего пользования**

Игровые комнаты для детей, гостиные, террасы, веранды и другие помещения общего пользования должны быть безопасными, соответствующими строительным нормам, с безупречно работающим оборудованием.

#### **Активный отдых на открытом воздухе**

В некоторых странах для организации отдельных видов активностей на открытом воздухе необходимо получить специальный сертификат, в ряде случаев занятие какими-то видами активного отдыха/спорта допустимо только под контролем сертифицированного инструктора. Необходимо контролировать техническое состояние оборудования, наличие необходимого спасательного/защитного оборудования (спасательные жилеты, шлемы, аптечка первой помощи и т.п.). В случае необходимости гости должны быть ознакомлены с инструкциями по безопасности и расписаться в специальной форме. В отдельных случаях организатор активности и туристы должны подписать договор, где четко прописаны обязанности и ответственности сторон.

#### **Конные прогулки**

В одних странах нет никаких специальных правил по безопасности при организации конных прогулок для гостей, в других — есть. Но и в первом случае органы контроля качества услуг в сельском туризме могут проводить проверку базового оборудования и условий организации данной услуги, работу гидов, наличие правил безопасности и т.п.

#### **Пешеходные тропы**

Программы контроля качества могут включать требования к техническому состоянию троп (покрытие тропы, мосты, ступеньки и т.п.), информационному оснащению (указатели, предупреждение об опасных участках, информация об интересных объектах на тропе и т.п.).

#### **Велосипедные прогулки**

В разных странах применяются разные формы регулирования этой услуги, что зависит от деталей оказания услуги. Обычно, если гости берут в аренду велосипед для коротких прогулок в селе или окрестностях села, особых требований, регулирующих эту услугу, нет. Если же предполагается продолжительный тур на арендованных велосипедах — для такого вида услуг могут существовать рекомендации или правила, чаще всего они касаются технического состояния велосипедов и аксессуаров, информации о маршруте, дополнительных услугах (сопровождение, перевозка багажа, срочный ремонт и т.д.), уровне квалификации инструктора/гида, правил безопасности для туристов, договора с туристами.

#### **Плавание в открытых водоемах**

Если на территории гостевого дома или рядом возможно купание в открытых водоемах, важно быть уверенным, что вода в этих водоемах чистая (хорошо, если есть какое-то официальное подтверждение). Полезно проин-

структурировать гостей об особенностях водоемов, например крутизне русла и скорости течения реки, глубине воды в пруду или озере, зыбучем песке и т.д.). Если это в вашей компетенции — необходимо разместить информационные и предупреждающие знаки для гостей, где возможно — обеспечить спасательными средствами, дать четкие инструкции.

### Дорожные знаки, указатели и вывески

Правила, касающиеся дорожных знаков и их расположения, различаются в разных странах.

Наличие указателей направления, табличек с названиями зданий, маркировки въезда и парковки обычно является частью требований системы качества сельского туризма. В некоторых случаях обязательным является размещение логотипа организации, который соответствует установленным размерам, типу материала и цвету.

Обычно существуют стандартные положения об указателях, правила и требования, регулирующие в частности:

- местоположение, например на главной дороге, на подъездной дорожке и т.д.;
- тип, например реклама световая или нет, указатели направления, указатели на входе и т.д.;
- условия, например в каком органе согласовывать форму и тип указателей для туристических объектов: могут быть местные органы самоуправления, органы, регулирующие дорожное движение, и т.д.

### Лицензирование

#### Лицензирование телевидения и соблюдение авторских прав при общественных трансляциях

Если в гостевом доме имеется оборудование для воспроизведения видео- и аудиозаписей, владелец должен заключить соглашение с агентствами по защите авторских прав, ответственными за использование музыки/видео при работе с людьми. Есть два основных европейских учреждения: одно представляет авторов музыки, а другое представляет артистов драмы.

#### Лицензия на проведение развлекательных мероприятий

При организации массовых мероприятий, например спортивных игр, танцев, концертов, просмотра кино и т.п., могут требоваться лицензии или разрешения от местных органов власти. Формальности могут различаться в зависимости от размера и типа мероприятия, а также от количества участников. Некоторые правила регулируют уровень шума и другие возможные неприятные эффекты от проведения мероприятий, чтобы минимизировать неудобства для местных жителей.

#### Лицензия на алкоголь

Лицензия обязательна для продажи алкогольных напитков. Детальные требования различаются между странами Европы. Для домашних спиртных напитков могут существовать требования по оборудованию специальных помещений или оформлению франшиз.

### Правовые формы. Налогообложение. Страхование. Статистика

#### Правовые формы бизнеса в сельском туризме

Для ведения бизнеса в сфере сельского туризма необходимо зарегистрироваться в качестве налогоплательщика. В европейских странах существует множество организационно-правовых форм ведения бизнеса: можно создать компанию с ограниченной ответственностью, быть зарегистрированным как индивидуальный предприниматель, работать в качестве физического лица и т.д. Сельский туризм также может быть объектом или подразделением более крупного предприятия, такого как акционерное общество, НКО и др.

#### Налоговые правила

Предприниматели, оказывающие услуги в сфере сельского туризма, платят налоги в зависимости от вида деятельности.

Если компания работает как некоммерческая, доход от ведения деятельности в сельском туризме добавляется к личному трудовому доходу или считается доходом от управления имуществом. В этом случае, как правило, НДС не взимается или он включен в систему льгот.

Если зарегистрирована коммерческая компания, действуют полные правила, как и для любого другого бизнеса. Кроме того, применяется НДС, который различается в зависимости от страны. Некоторые национальные налоговые законодательства применяют пониженные ставки НДС к предприятиям, занимающимся сельским туризмом, обычно — на услуги по размещению (5–12%). В некоторых странах предприятия сельского туризма имеют право на различные налоговые привилегии или льготы, некоторые льготы проходят по линии сельскохозяйственной деятельности.

#### Страхование

В европейских странах существуют разные страховые полисы для услуг сельского туризма. Обычно страхование недвижимого имущества является обязательным, тогда как о других видах страхования предприниматель принимает решение сам. В некоторых случаях профессиональные ассоциации сельского туризма заключают контракты со страховыми компаниями, что дает их членам лучшие условия как участникам групповой страховки. Среди страховых целей может быть страхование имущества, гражданской ответственности, здоровья и жизни третьих лиц и т.п. Выбор вида страхования также зависит от типа бизнеса.

#### Статистика

Статистические данные могут быть запрошены разными организациями. Предприятия сельского туризма регистрируют проживающих и фиксируют некоторую информацию о них в соответствии с существующими правилами защиты данных. Далее предоставляют данные по запросу официальным органам власти, туристическим ассоциациям, советам по туризму и другим организациям. Данные могут быть использованы для анализа рынка, планирования дальнейшего развития и в маркетинговых целях.

## Маркетинг и реклама

### Недобросовестная торговая практика

В каждой стране существует система защиты прав потребителей, на уровне ЕС есть Директива о недобросовестной коммерческой практике. Предприятия сельского туризма, как и другие виды деятельности в сфере услуг, обязаны предоставить те услуги и такого качества, как это было заявлено в рекламных материалах/кампаниях, включая информацию о качестве услуг, уровне комфорта, инфраструктуре, местоположении и т.д. Знаки качества и сертификаты могут быть использованы только после прохождения соответствующих процедур для их получения.

Директива ЕС о конфиденциальности при электронных коммуникациях защищает людей от получения нежелательной маркетинговой информации, национальные нормативные акты могут детализировать данные меры, указывая непосредственно запрет на прямой маркетинг по телефону, электронной почте и т.д. Действует национальное законодательство для защиты персональных данных в базах данных клиентов, списках рассылки и т.д.

Предприниматель гарантирует выполнение услуг и обязательств, описанных в рекламных материалах, а также их соответствие заявленному уровню качества.

### Книги жалоб

При предоставлении любых бизнес-услуг во всех странах ЕС предприниматель обязан иметь книгу жалоб для клиентов. Исключением могут быть случаи, когда услуги предоставляются в рамках некоммерческой деятельности, в частности краткосрочная сдача коттеджей или комнат в аренду.

### Комплексные туры

В ЕС существует директивный документ о комплексных турах, который защищает потребителей, покупающих путевку в составе организованной группы с заранее составленным планом поездки. Если бизнес в сельском туризме предлагает комплексные услуги продолжительностью не менее 24 часов, куда входят транспортные услуги, размещение и другие важные услуги (но хотя бы две упомянутые), следует руководствоваться директивным документом о комплексных турах и/или соответствующим законодательством на уровне страны. Во многих странах предлагать такой тур разрешено только в том случае, если предприниматель является зарегистрированным туристическим агентством. В таких случаях продажа комплексных туров отдельным предпринимателем в сельском туризме может быть незаконной и наказываться штрафами.

## Персонал

Если на сельскотуристическом объекте работают наемные сотрудники, то все процессы, связанные с организацией труда (прием на работу, организация рабочего места и т.д.), должны проходить в рамках национального трудового законодательства. Рабочие отношения оформляются письменным договором, подписанным обеими сторонами: работодателем и работником. Национальное законодательство устанавливает правила, касающиеся продолжительности работы в неделю или в день, обеденных или других перерывов, оплачиваемого отпуска в определенные периоды времени, периодов отдыха, учета рабочего времени и т.д. В некоторых европейских странах

в трудовом законодательстве хорошо проработаны вопросы дискриминации, в других странах вопросы дискриминации в сельском туризме практически не обсуждаются. В целом вопросы дискриминации касаются таких аспектов, как инвалидность, пол, беременность и материнство, раса, религия или убеждения, пол, сексуальная ориентация и возраст. Законодательство предусматривает отпуск для родителей в сельском туризме так же, как и в другом бизнесе. В этом случае рекомендуется гибкий график работы, соблюдение прав материнства и отцовства, отпуск по беременности и родам и отпуск по уходу за ребенком.

### Техника безопасности на работе

Многие пункты приведенного ниже списка по технике безопасности являются частью стандартных правил «Безопасность на рабочем месте». Законодательство по охране труда призвано защищать работников от несчастных случаев на производстве и предотвращать профессиональные заболевания. Правила техники безопасности на рабочем месте имеют общую для всего ЕС правовую базу. Они охватывают качество рабочей среды, удобства для работников, содержание и чистоту рабочего места, техническое состояние оборудования, электроустановок и т.д.

#### Пример рекомендуемых профилактических мер

- При распределении задач учитывайте психологические особенности каждого сотрудника.
- Правильно и безопасно располагайте рабочие поверхности и инструменты в помещении.
- При необходимости используйте вспомогательные приспособления, чтобы снизить опасную физическую нагрузку / исключить неправильные физические положения тела.
- Держите рабочее место в чистоте и порядке, чтобы был легкий доступ к оборудованию и материалам.
- В случае монотонной работы обязательно делайте перерывы, возможно, в течение какого-то времени можно работать стоя, можно делать простые физические упражнения.



## 7. СИТУАЦИЯ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ В СЕКТОРЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В СТРАНАХ ЕВРОПЫ. ОБЩАЯ КАРТИНА И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИМЕРЫ

Не все виды туризма в период пандемии оказались в убытке. Многие страны Европы и Азии показывают, что после ослабления ограничительных мер объекты и услуги сельского туризма оказались востребованы как никогда прежде.

В конце 2021 года был проведен опрос-исследование, с целью рассмотреть меры поддержки отрасли в разных странах, опыт выживания в кризисной ситуации и на основе этого выработать рекомендации для дальнейшей работы сектора, в том числе в сложные периоды. Участие в опросе приняли 15 стран, представив более 50 практических примеров. В опросе приняли участие практики сельского туризма - представители ассоциаций-членов RuralTour: владельцы средств размещения и питания; профессиональные ассоциации; предприниматели, организующие дополнительные виды услуг. Ситуация в сельском туризме во многих странах развивалась похожим образом, поэтому данные опроса могут быть полезны предпринимателям и за пределами европейского сообщества.

### Результаты опроса



### В какой степени повлиял COVID на ваш бизнес?

Локдауны в Европе были значительно дольше и строже, чем в России, и многим предпринимателям в сельском туризме пришлось полностью остановить работу. Однако когда ограничения смягчались и людям разрешали перемещаться хотя бы в пределах своих стран, большинство предпринимателей вернулись к работе и после небольшого спада в первые месяцы, дальше работали в полную силу, иногда - в больших объемах, чем до пандемии. Практически всем пришлось внести изменения в формат работы, привести объекты в соответствие с новыми санитарными требованиями.

### Какие основные последствия пандемии вы можете назвать?

Среди негативных последствий пандемии отмечают отмены броней, часто - близко к дате заезда, простои, вызванные этим фактом и просто боязнью путешествий, особенно в первые месяцы. Это привело к отсутствию доходов у ряда предпринимателей. Кроме того, более строгие санитарные правила потребовали расходов на адаптацию своих объектов.

Однако там, где правительства поддерживали предпринимателей сферы туризма, ситуация была не так тяжела, и многие даже смогли отдохнуть, увидеть новые возможности и интересные решения, которые помогли выжить в пандемию и в целом повысить конкурентоспособность.

- Усиленные меры гигиены, более высокие санитарные стандарты
- Завели аккаунты в соцсетях, внедрили онлайн бронирование
- Стали рекламировать свои услуги на местную целевую аудиторию, появились новые гости, с кем раньше не работали
- Перестроились под работу с малыми группами
- Стали больше использовать онлайн инструментов, например, онлайн дегустации вина, продажи продуктов
- Стали активнее сотрудничать с соседями

### Изменились ли предпочтения гостей?

Практически все респонденты отметили, что повысились требования к уровню санитарно-гигиенических стандартов. Люди чаще стали приезжать семьями или малыми группами, предпочитают для проживания отдельные дома, чтобы по минимуму пересекаться с людьми из других семей и групп, растет популярность глэмпингов и кемпингов, туристы выбирают активности на открытом воздухе и открытые веранды для приема пищи. Стало меньше иностранных туристов, большую часть гостей составляют соотечественники.

### Какие основные выводы данное исследование позволяет нам сделать?

- Можно смело заявить, что сельский туризм попал в тренд.

Интерес к объектам сельского туризма наблюдался уже допандемийные годы. Пандемия значительно усилила эти тенденции, кроме того отдыхать в деревню поехали представители целевых аудиторий, которые до этого выбирали другие дестинации.

### Какую практическую пользу мы можем извлечь из данной информации?

Ситуация в сфере туризма во время пандемии во многих странах оказалась схожей. Главное отличие было в продолжительности и строгости карантинных ограничений. Поэтому опыт наших коллег в Европе полезен и нам. Предлагаем ознакомиться с примерами селькотуристических объектов некоторых стран Европы и их опытом работы в период пандемии COVID - 19.

## 8. ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИМЕРЫ

### БЕЛЬГИЯ

#### Средство размещения

[www.moulinderesteigne.be](http://www.moulinderesteigne.be) // <https://www.youtube.com/watch?v=8KS9R6dlje8>

Семейный гостевой дом B&B (ночлег и завтрак) расположен на Бельгийском плато Арденны, рядом с памятником архитектуры - водяной мельницей 17 века. 4 поколения семьи Девис сделали все, чтобы сохранить эту семейную реликвию и историческую достопримечательность. Гостей принимать начали 16 лет назад. Благоустроена территория вокруг гостевого дома: есть сад, небольшой овощной огород, много цветов. Чтобы минимизировать воздействие на окружающую среду несколько лет назад внедрено экологически ответственное управление домом.

#### Ситуация во время пандемии

«В течение 3 месяцев мы были закрыты. Это было сложным временем для бизнеса, но мы получили поддержку региона. Удалось адаптировать наш гостевой дом к более высоким санитарным стандартам: более частая и более тщательная уборка всех помещений, а также реорганизация пространства для обеспечения безопасной социальной дистанции. Мы модернизировали наш сайт, установили онлайн бронирование. После отмены локдауна работали в большем объеме, чем обычно, поскольку путешествия между странами были отменены или ограничены, и бельгийцы путешествовали внутри страны. У нас появились новые клиенты».

#### Что взять на заметку

Обратите внимание на сайт: история семьи на сайте гостевого дома располагает и помогает начать приятное общение еще до поездки. Детальное описание дома, история главной достопримечательности и список других достопримечательностей поблизости помогают туристам увидеть, чем еще они могут заняться, а, значит, остаться на более долгий период времени. Список ресторанов говорит о выстроенном сотрудничестве с коллегами на территории. Онлайн бронирование - это инструмент, который современные туристы ожидают и к которому многие уже привыкли и в России. На первой странице сайта размещена постоянно обновляемая информация по ситуации с COVID-19 и ссылками на официальные страницы правительства Бельгии - это показывает туристам, что гостевой дом следует всем установленным нормам и правилам и отдых там будет безопасным.



### КИПР

#### Средство размещения

<http://www.visitcyprus-withgeorge.com>

Гостей размещают в традиционном кипрском каменном доме, который построили бабушка и дедушка нынешнего хозяина около 100 лет назад. Дом был недавно отремонтирован, но сохранил все особенности традиционной постройки и интерьера. В доме 3 спальни, гостиная и большой внутренний двор.

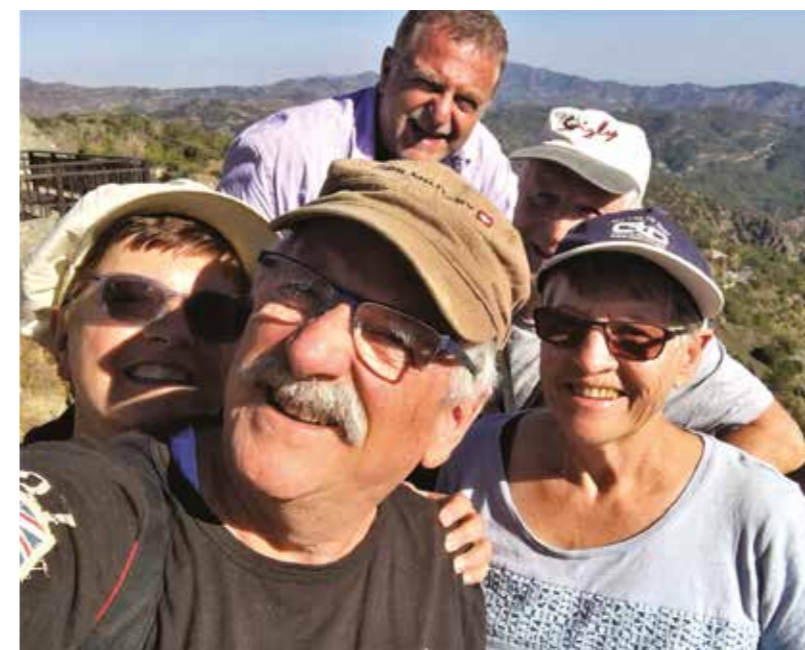
Хозяин Джордж Ционис пишет о себе так: «Я родился и вырос на Кипре, в деревне Лимпия, недалеко от Ларнаки. Буду очень рад разместить вас в своем доме и показать лучшие места острова. Как местный житель, я хорошо знаю традиции и культуру Кипра и те места, которые вы обязательно должны здесь посетить. При этом я изучал гостиничное дело в Австрии, говорю на немецком и английском языках».

#### Ситуация во время пандемии

Работать получилось и во время пандемии, но пришлось внести изменения в части санитарных норм и правил, выполнять которые было обязательно, например, маски, социальная дистанция. Требования и предпочтения гостей практически не изменились.

#### Что взять на заметку

Хорошее сочетание видов услуг - размещение и организация экскурсий - позволяет хозяину по-настоящему подружиться с гостями, стать для них проводником в местную жизнь, объяснить и рассказать об особенностях жизни. Многие гости предпочитают, чтобы им помогли составить экскурсионную программу, особенно если они посещают какую-то страну/местность впервые. И наличие такой услуги становится преимуществом при выборе гостевого дома. Если вы не любите / не имеете возможности оказать такую услугу (составление программы досуга для ваших гостей и/или непосредственное проведение экскурсий) - постарайтесь найти партнера, кто сможет такую



услугу оказать и отразите это в рекламе вашего гостевого дома. Посмотрите сайт данного объекта, обратите внимание, что здесь есть личная история, что помогает начать выстраивать общение с гостями еще до того, как они приехали. Есть онлайн бронирование, есть много фотографий, что дает возможность гостям хорошо представить место, куда они едут.

**КИПР**

## Средство размещения

<https://www.vasilias.nikoklis.com>

*Vasilias Nikoklis Inn, традиционный гостевой дом в сельской местности (8 спален), расположенный в живописной долине Диаризос в районе Пафоса. Это семейный бизнес, около 7 человек работают полный рабочий день. Самому зданию больше 100 лет, оно было подарено в качестве свадебного подарка первым владельцам. Конечно, было отреставрировано, но сохранены все традиционные элементы интерьера и архитектуры, при этом здание органично вписывается в окружающую среду. Принимать гостей здесь начали с 1983 года. Помимо обычного размещения, владельцы организуют здесь праздники и свадьбы в традиционном кипрском стиле. Помимо размещения, гостям предлагаются блюда из местных продуктов и напитки. Есть бассейн. Хозяева являются членами правления Кипрской агротуристической компании.*

### Ситуация во время пандемии

Гостевой дом был закрыт, многие бронирования отменены, некоторые удалось перенести на более поздние даты. Владельцы получили помощь от государства, которую можно было потратить на зарплату персоналу (до 60%) и некоторые иные расходы. В доме усилили санитарные меры: во всех помещениях поставили дезинфицирующие устройства. До пандемии в гостевом доме питание было организовано по типу «шведский стол», во время пандемии стали сервировать каждому гостю стол и приносить заказы, чтобы обеспечить социальную дистанцию между гостями.



### Что взять на заметку

Туристов привлекает личная, семейная история. На сайте гостевого дома есть фотографии и истории членов семьи, работающих в гостевом доме - это заранее настраивает гостей на дружеский лад. Специализация средства размещения на проведении свадеб в традиционном стиле позволяет им получать дополнительный доход, а также, возможно, позволяет заполнять гостевой дом в низкий сезон. «Изюминка», особая специализация, особые предложения для туристов, которые вы можете сформировать на базе своего гостевого дома - это большой плюс для вас и ваших гостей.

**ЭСТОНИЯ**

## Средство размещения

Дополнительные услуги - Винодельня

[www.veinivilla.ee](http://www.veinivilla.ee)

*Винодельня Valgejõe Veinivilla - семейный бизнес, где постоянно задействованы 4 человека. Она находится в деревне с очень богатой историей. За около 800 лет существования деревня несколько раз переходила от одних владельцев другим, из одной страны в другую, отголоски этих событий чувствуются до сих пор. Винодельня работает с 2014 года и предлагает дегустации местных фруктовых, ягодных и виноградных вин, обеды. А «на десерт» - приключенческая игра по ориентированию в вине и дегустация в лесу.*

### Ситуация во время пандемии

«Во время первых карантинов мы потеряли большую часть заказов на покупку вина из ресторанов, перестали приезжать туристы. Помогла единовременная финансовая помощь от государства, а также эмоциональная и консультационная помощь от местных туристических организаций и Эстонской винной тропы. В целом удалось сохранить бизнес и оборот. А когда ограничения были ослаблены, удалось получить рекордную прибыль в пик сезона, появилось много новых клиентов, которые остались путешествовать внутри своей страны.

Мы начали проводить виртуальные дегустации: заранее отправляли вино домой клиентам, потом общались в Zoom и во время звонка сомелье показывал винодельню, дегустировал вина и описывал каждое вино, пытаюсь провести сеанс так, чтобы было ощущение реального присутствия. Помимо этого открыли винный магазин, в котором можно купить вино прямо из автомобиля, подъехав к окну продаж. Еще одно нововведение - дегустационный зал в старом амбаре, где площадь помещения позволяет проводить дегустации для небольших групп в безопасной обстановке. Гораздо жестче стали меры личной гигиены, дезинфекция помещений и требования социальной дистанции при работе с гостями. В подтверждение того, что на винодельне полностью соблюдаются требования и инструкции правительства и департамента здравоохранения, установленные для отрасли туризма, на вебсайте размещен знак безопасности COVID-19.



### Что взять на заметку

Интересная инициатива - проведение онлайн дегустаций вина. Если развивать идею, то можно использовать этот подход для некоторых других услуг: дегустация сыров, блюд традиционной кухни и так далее. Можно собирать «тематические продуктовые корзинки» с доставкой клиенту и, если нужно, последующей дегустацией или онлайн рассказами о новинках. Можно организовывать доставку не самим, а кооперироваться с соседями.




**ГРУЗИЯ**

### Средство размещения

<https://ecohousemerisi.com/>

Небольшой экоотель расположен в живописном поселке Мериси, в 50 км от Батуми, на высоте 850 метров. Отдыхающих привлекают сюда прекрасные виды, лечебный климат с чистым горным воздухом, источники минеральных вод. Каждый коттедж имеет уникальный дизайн, придуманный самими хозяевами: стеклянная спальня на склоне горы с красивыми панорамными видами, джакузи, гамаки на веранде.

#### Ситуация во время пандемии

Гостиница была открыта в период пандемии и принимала в основном грузинских туристов. После открытия границ приехали иностранные гости. Отель представлен небольшими экодостомами, каждый рассчитан на небольшую компанию или семью - именно такой тип размещения наиболее безопасный и, следовательно, был очень востребован, туристы поехали сразу после смягчения ограничений, коттеджи постоянно были заняты на 60-70%.

Изначально гостям были предложены два типа коттеджей, чтобы обеспечить максимально безопасное размещение и соблюсти все необходимые санитарные меры. Поскольку гостиница была открыта во время пандемии, то сразу были учтены требования к санитарным нормам по высшему уровню. Данный проект уникален не только на территории Грузии, но и с точки зрения иностранных туристов, поэтому после открытия границ спрос увеличился и были открыты 4 дополнительных коттеджа, что увеличило количество посетителей и обеспечило высокую заполняемость коттеджей.



#### Что взять на заметку

Соответствие гостиницы современным трендам в туризме (экологичность, уникальный дизайн, максимум взаимодействия с природой, уединенность, высокое качество услуг) - позволило быстро набрать популярность даже в самые сложные для туризма времена и обеспечить высокий спрос как на внутреннем рынке, так и у иностранных туристов. Грамотный маркетинг, удобный информативный сайт и сотрудничество с коллегами, которые помогают туристам наполнить их отдых содержательно - это важнейшие составляющие успеха сегодняшнего дня.

Наличие «изюминок» как в интерьере коттеджей, так и на территории в целом (например, огромные шестиметровые качели на крутом склоне, по сути - визитная карточка отеля) - очень важно и создает дополнительные инфоповоды, желание гостей рассказывать о своем отдыхе друзьям, включается один из самых эффективных инструментов продвижения - «сарафанное радио».



**ГРУЗИЯ**

### Средство размещения

Гостевой дом <https://www.facebook.com/guesthousezebo>

Небольшой гостевой дом (на 10-12 гостей) расположен в селе Гобронети, в 50 км от Батуми. Гостям предлагаются: пешеходная экскурсия по селу, посещение местных памятников природы и культуры, дегустация традиционной грузинской кухни и домашнего вина (местные сорта), наблюдение за процессом перегонки чачи, агротур - знакомство с типичной аджарской деревенской жизнью и традиционные методы ведения сельского хозяйства: местные кузнечные мастерские, пчеловодство, производство молочных продуктов, выращивание табака, животноводство, хранение продуктов и т.д, знакомство с местным фольклором. Помимо этого есть два дневных пешеходных маршрута и джип-тур. На странице в FB также есть рекомендации о других достопримечательностях, расположенных рядом, в частности, историческом мосте «Цониариси» 12 века.

#### Ситуация во время пандемии

Работы не было, все было закрыто, выживали кто как мог, частные гостевые дома практически остались без дохода. Появились новые правила и требования, для дальнейшей работы необходимо было закупать дезинфицирующие жидкости, что тоже явилось дополнительными расходами. Плюс в том, что подняли уровень чистоты и гигиены, стали больше ценить жизнь человека и живое общение.



#### Что взять на заметку

Наличие дополнительных экскурсий, предлагаемых гостям - несомненный плюс, это позволяет отличаться в хорошую сторону от конкурентов, обеспечивает дополнительный доход и создает положительный образ у туриста - люди видят, что помимо просто проживания есть чем разнообразить досуг и будет не скучно. Возможно, стоит рассмотреть дополнительные варианты продвижения на период непредвиденных ситуаций в сфере туризма в целом и в мире. Прогулки и экскурсии можно делать даже онлайн, чтобы поддерживать общение с подписчиками и потенциальными гостями.




**ВЕНГРИЯ**
**Средство размещения**
<https://gocsejszallas.hu>

У хозяев два гостевых дома. Первый - *Göcsej-gyöngye* - недавно построенный уютный фермерский дом с деревянными плитами внутри, глиняными стенами. В доме с комфортом могут разместиться 6+5 человек. Большой дубовый стол хорош для приятной трапезы в компании друзей. Остальная часть дома представляет собой крытую веранду с видом на небольшое озеро. Есть гриль, можно жарить и запекать овощи, сало, мясо. Второй - *Göcsej-heart* - старый фермерский дом с потолками из лиственницы, построенный в 1910 году, в 2014 году прошел реновацию и были встроены все современные удобства, но сохранена аутентичность. Хозяева предлагают услуги для детей: есть комната с настольными играми, сборники рассказов, мини-горка, детское такси.

**Ситуация во время пандемии**

В начальные месяцы пандемии работать не было возможности, гостей начали принимать только с мая. Многие заказы были отменены, в очень редких случаях - бронирования перенесли по срокам. Летом гости бронировали на более длительный срок, работали с местными туристами. Большинство гостевых домов должны были адаптировать условия проживания к новым санитарным требованиям. Других особенных изменений не проводили.


**Что взять на заметку**

Интересный вариант наличия двух гостевых домов - старинного и более современного. Расширяется целевая аудитория гостей - кто-то хочет пожить в более старом и аутентичном доме, кто-то предпочитает более современный новый дом. Приветствуется наличие большой кухни и общего большого стола, за которым компания может собраться и общаться. Если рассматривать в качестве гостей семьи с детьми, то в таком случае обязательно нужно учесть их потребности, как технические (стульчики для кормления, ванночки, кровати, детские площадки и так далее), так и содержательные (настольные игры, игрушки, книжки и так далее).



**ВЕНГРИЯ**
**Средство размещения**
<https://palosresort.com/>

*Pálos Resort* расположен между зелеными холмами, на опушке леса, вдали от шума городов и транспорта, на семейном поместье площадью 10 гектаров в Залакшань-Орвеньешедь. В 2018 году *Pálos Resort* вошел в число 28 лучших отелей Европы, получив награду *International Hospitality Awards* в категории «Лучший этно-отель». Дом оформлен в традиционном венгерском деревенском стиле, в интерьере использовали изделия местных ремесленников. У хозяев есть свободная земля рядом с домом, где пасутся лани, гости могут их покормить. Для детей в саду большая игровая площадка и батут, для взрослых - площадка с бильярдом, настольным футболом и теннисом. Есть винный погреб с лучшими в этом районе винами и местным бренди, организуются вечерние дегустации в гамаках (гостевой дом является точкой Ассоциации винных маршрутов). Рядом с гостевым домом (300 метров) находится один из ТОП-5 ресторанов округа *Farm Inn*, есть и другие отличные рестораны. Гостевой дом является членами сети *Zala Valley Open Porta*, поэтому у гостей есть возможность познакомиться, посетить и попробовать местные продукты, хозяева могут предоставить информацию обо всех интересных объектах местной гастрономии. В близлежащих деревнях есть несколько термальных ванн, а в 5 минутах езды - поле для гольфа. С весны по осень хозяева организуют экскурсии на электронных велосипедах между холмами региона, велосипеды для путешествий можно здесь же взять в аренду. Гости могут сами организовать пешие или велопоходы, хозяева покажут региональные маршруты на онлайн и бумажных картах и в тематических буклетах. Регулярно хозяева организуют небольшие акустические концерты или «садовые кинопросмотры» на своей винной террасе. В 2018 году на базе гостевого дома прошел трехдневный фестиваль *Örvényeshegy*, который открывал один из лучших гитаристов мира Эл Ди Меола.



## Ситуация во время пандемии

«Во время пандемии мы смогли начать капитальный ремонт, получив поддержку в рамках программы Kiszfaludy. Мы работали больше с внутренними туристами, количество иностранных гостей уменьшилось, так как люди путешествовали внутри своих стран. Мы закрыли год намного лучше, чем многие предыдущие годы. В целом, благодаря поддержке государства и внутреннему туризму, у нас получилось даже прибавить в развитии. Отвечая на тренды времени, мы увеличили наше присутствие в Интернете, создали новый сайт, с функцией онлайн бронирования. Для соблюдения более безопасного размещения, мы сделали в гостевые комнаты отдельные входы».



### Что взять на заметку

У данного объекта можно много чему поучиться: прежде всего, это гостевой дом в традиционном стиле и с сохранением аутентичности, при этом с органично вписанной современной инфраструктурой для комфорта гостей - это всегда интересно и привлекательно для туристов. Множество программ и активностей дают дополнительные информационные поводы для продвижения своего дома, очень позитивно работают на формирование положительного имиджа объекта. Знаковые событийные мероприятия с привлечением звезд (даже местного уровня) - это всегда возможность привлечь новых людей, которые через свои связи и публикации в соцсетях будут рекламировать объект. Кооперация с партнерами (особенно организующими питание) - всегда только плюс для обеих сторон. Предлагаемые экскурсии, походы, а также возможность для гостей взять снаряжение в прокат - это и гораздо более интересный отдых, и богатые впечатления, и дополнительный источник дохода для гостевого дома. Членство в профессиональных ассоциациях, взаимное продвижение и реклама членов - также дает взаимные выгоды для всех: как для владельцев объектов, так и для гостей. Использование разных каналов продвижения - веб-сайт, с основной информацией относительно условий размещения и активностей, которая меняется не часто, позволяет хозяевам экономить время и каждый раз заново не отвечать на стандартные вопросы гостей. При этом страница в соцсетях позволяет оперативно информировать своих подписчиков об интересных мероприятиях и турах, общаться, оперативно получать комментарии и обратную связь.

## ЧЕРНОГОРИЯ

### Средство размещения

<https://www.ruralholiday.me/en/berane-household-sekularac/>

*Семья Шекуларац живет в своем гостевом доме и занимается размещением гостей с мая по октябрь. Здесь помимо работы с гостями, они продолжают традиционные занятия своих предков: земледелие и пчеловодство. На огороде хозяева выращивают овощи для себя и гостей. Есть фруктовый сад, из своих фруктов они производят джемы и соки. Если гости попадают к ним в сезон урожая, то могут поучаствовать в садово-огородных работах. Хозяйство Шекуларац находится на самой границе Национального парка Биоградска Гора, также недалеко от дома (час-два пешком) находятся три ледниковых озера: Шишко, Урсуловачко, Пешича и самая высокая вершина Беласица (2139 м) — Црна Глава. Рядом с фермой проходит маркированная велосипедная дорожка, так что гости, любящие активный отдых, здесь не будут скучать.*

### Ситуация во время пандемии

В начале пандемии нам пришлось прекратить работу на несколько месяцев из-за ограничительной политики нашего округа. Затем мы начали работать, но принимали меньшее количество гостей. Летом ситуация была легче, но на допандемийный уровень мы не вышли. Работали с местными туристами, расширили свою целевую аудиторию на будущее. Ассоциация сельского туризма Черногории и Агентство регионального развития Беласицы, Комови и Проклетие помогли нам с семенами овощей, чтобы мы выращивали больше продуктов питания, а также помогли нам попасть в государственную программу помощи туристическому сектору.

### Что взять на заметку

Многим гостям может понравиться участие в садово-огородных работах. Если при этом можно чему-то научиться, например, консервировать овощи особым местным способом, по старинным рецептам, варить вкусные варенья, компоты - это несомненный плюс. Важный момент - налаженные партнерские отношения. В данном случае это сотрудничество с Ассоциацией по сельскому туризму, где при грамотном менеджменте удастся решать многие вопросы легче, в том числе в части продвижения (ссылка на объект как раз на общем сайте Ассоциации). Близкое расположение и сотрудничество



с национальным парком приносит свои выгоды всем сторонам: парку не нужно думать, где могут разместиться туристы, хозяева гостевых домов легче решают вопрос организации досуга своих гостей, а у самих туристов есть прекрасные места для прогулок.

## ЧЕРНОГОРИЯ

### Средство размещения

[https://www.ruralholiday.me/en/zabljak-household-stevovic/farm\\_stay\\_lanostracasa\\_zabljak](https://www.ruralholiday.me/en/zabljak-household-stevovic/farm_stay_lanostracasa_zabljak)

Супруги Стевович живут в деревне Тмаевци, недалеко от Жабляка, занимаются производством традиционных для данной местности сыров, есть свой сад. Их дети помогают организовать общение с клиентами онлайн, а во время сезона также помогают в других работах. Это маленькая ферма, где гости могут погрузиться в настоящую фермерскую жизнь и попробовать приготовить сыр, подоить корову, покосить траву, поработать в саду. Ферма находится поблизости от национального парка Дурмитор, в 4 км от фермы расположено Черное озеро, подальше (21 км) - Седлена Грета (исходная точка альпинизма), в 21 км находится очень известная достопримечательность страны - Мост Тара (начальная точка сплава). Как говорят сами хозяйки, отдых в их доме подходит для людей, которые любят природу и местную кухню. Гости могут разместиться в 4 уютных простых номерах с общей ванной комнатой.

### Ситуация во время пандемии

К сожалению, 2020 год был очень плохой, с нулевым доходом от туризма из-за того, что страна была практически закрыта. 2021 год был немного лучше, можно было принимать гостей, которые оставались у нас дольше, чем обычно. Дети Стевович на время пандемии переехали на ферму к родителям и занимались традиционными фермерскими работами. Пережить кризис помогли Агентство регионального развития Беласицы, Комови и Проклетия и Ассоциация сельского туризма.

### Что взять на заметку

Отдых на маленьких семейных фермах популярен среди туристов. Это и возможность познакомиться с традиционной фермерской жизнью, и попробовать местные блюда из фермерских продуктов, и пообщаться с животными, и научиться чему-то новому, и просто отдохнуть от города. Такой отдых важен и детям, и взрослым. В этом примере мы видим сотрудничество двух поколений семьи, при этом дети, даже не живя вместе с родителями, могут взять на себя онлайн продвижение и общение с клиентами. Выстроенное партнерство, в частности, членство в Ассоциации по сельскому туризму, дает дополнительный ресурс как в продвижении, так и в решении многих других совместных вопросов и задач, особенно в сложные периоды времени. Удачно географическое расположение фермы - рядом с природными достопримечательностями, рядом с национальным парком, что дает дополнительные возможности всем участникам такого соседства и партнерства.



## РУМЫНИЯ

### Средство размещения

[www.steaua-dunarii.ro](http://www.steaua-dunarii.ro)

Семейный гостиничный бизнес семьи Онига начался в 2001 году и был первым отелем типа «V&V», построенным в этом районе. Сезон длится с апреля до конца октября. В среднем в сезон работает 12 человек. Сегодня в пансионате 30 номеров, ресторан, терраса, бассейн и строящийся спа-центр, который будет готов к использованию в следующем сезоне. Гости могут просто расслабиться и наслаждаться красивыми видами, можно заниматься водными видами спорта, отправиться в круиз по Дунаю. Хозяйки предлагают вкусные блюда из местной рыбы, другие блюда местной кухни.

### Ситуация во время пандемии

В 2020 году сезон начался очень поздно, в июле, поэтому мы потеряли 2-3 месяца выручки. В основном нашими гостями были местные туристы. В 2021 году ситуация выправилась, сезон начался как обычно, но как только Греция открылась для румынских туристов, многие из них поехали туда, и количество местных туристов сократилось. С 2001 по 2020 год количество наших гостей увеличивалось каждый год, и только в 2021 году впервые гостей приехало меньше, чем годом раньше. Мы наблюдали положительный эффект, связанный с рабочей силой. Многие румыны, обычно работавшие за границей, вернулись домой из-за пандемии, и найти сотрудников было легче, чем обычно. В качестве поддержки турбизнеса, правительство совместно с банками открыли беспроцентную кредитную линию. Также в 2020 году правительство запустило программу, которая компенсировала 20% разницы в потере доходов по сравнению с 2019 годом.

### Что взять на заметку

Маленький гостевой дом может вырасти в небольшой пансионат. Но и в этом случае важно находить к каждому гостю индивидуальный подход, встречать их лично, общаться, создавать атмосферу семейного уюта. Именно это отличает объекты сельского туризма от других. Важно по максимуму использовать ресурсы местности: как природные, так и человеческие - пандемия дала возможность ломать стереотипы, показывая, что не обязательно на заработки ехать далеко, но бизнесу важно соблюдать баланс и достойно оплачивать работу наемных сотрудников. Создание дополнительных услуг, таких, как спа-центр, помогает расширить сезон и увеличить количество рабочих мест, а наличие интересных достопримечательностей и вдохновляет гостя остаться на более долгий период времени. Привлечь туристов и заранее настроить их на то, что отдых будет интересным и насыщенным, позволяет раздел на сайте «достопримечательности и активности», где гости видят, что им точно будет не скучно на отдыхе и вполне вероятно сразу запланируют пожить в гостевом доме дольше.




**СЛОВЕНИЯ**
**Средство размещения**
<https://www.seruga.si/>

Гостевой дом на ферме Šeruga открыл двери для гостей в 1992 году. Сначала предлагалось только проживание, позже появился ресторан. Район здесь не очень туристический, но много виноградников. Для гостей открыты 12 комнат, 200-летний амбар сдается как студия. В ресторане гостям предлагаются традиционные блюда из гречневой крупы.

**Ситуация во время пандемии**

Во время пандемии мы были закрыты в течение десяти месяцев. Мы получили хорошую поддержку от правительства, что дало возможность заплатить двум работникам, чтобы они остались у нас. Когда пандемия закончилась, правительство выдало всем жителям Словении туристические путевки для путешествий внутри страны, таким образом простимулировали восстановление туристического сектора и деньги путешественников тоже остались внутри страны. У нас было много гостей из Словении и немного иностранцев. Можно сказать, что сезон получился очень удачный. Конечно, пришлось усилить меры санитарии: поставить санитайзеры, проводить уборку чаще. В теплое время года перенесли питание на открытую террасу, так туристы чувствовали себя в большей безопасности.


**Что взять на заметку**

Сочетание традиционного гостевого дома, вкусной еды из органических продуктов, произведенных на ферме, семейной уютной атмосферы делают такие объекты очень востребованными как у местных, так и у иностранных туристов. Пример, показывающий важность постоянной учебы, развития, повышения качества своих услуг, внедрения интересных новинок, мотивирующих гостей возвращаться не раз и рекомендовать объект своим друзьям. Ситуация с каналами продвижения постоянно меняется, поэтому знать, какие из них являются актуальными, знать предпочтительные каналы получения информации у представителей своей целевой аудитории и понимать запросы своей аудитории - важные секреты долговременного устойчивого успеха.



**КАТАЛОНИЯ (ИСПАНИЯ)**
**Средство размещения**
[www.lapolvoreria.com](http://www.lapolvoreria.com)

La Polvoreria - это фермерский дом, расположенный на берегу реки Тенес, в красивой сельской местности, где в основном люди занимаются сельским хозяйством, рядом с нами есть известный винный завод, где можно продегустировать и купить вино у местных специалистов. Дом для гостей оборудован по-современному, что важно для комфорта отдыхающих. Рядом с домом - большой сад, открытый для отдыха взрослых и детей.

**Ситуация во время пандемии**

«Covid по-разному повлиял на наш бизнес, в течение трех месяцев (с марта по июнь) мы не могли работать. После - принимали у себя только местных жителей, своей компанией, чтобы не пересекались с другими семьями/компаниями. Мы получили небольшую, но существенную экономическую помощь от каталонской администрации, как пострадавший от пандемии сектор экономики, в дополнение к этому у нас есть доход из других источников, поэтому нам удалось выжить. Пока не было туристов, мы занялись маркетингом, осваивали новые каналы продвижения (социальные сети), развивали навыки работы онлайн. Благодаря этой деятельности, через новые каналы коммуникации и продвижения мы получили больше бронирований, когда смогли возобновить работу в нормальном режиме. Перераспределив финансовые средства, мы также выделили некоторую сумму на реновацию дома. У нас появились новые гости, которые из-за ограничений не смогли поехать отдыхать в другие страны».


**Что взять на заметку**

Аутентичность и современное оборудование дома - это сочетание, которое сейчас наиболее востребовано среди современных туристов. От совместной работы разных предпринимателей на территории выигрывают все - узнать, кто какие услуги оказывает, кооперироваться друг с другом и предлагать услуги своих партнеров туристам - это успешная стратегия работы в сельском туризме. Приезжая на отдых в сельскую местность, все туристы ожидают, что около дома будет сад или обустроенная территория для отдыха на открытом воздухе. Для успешной работы в течение долгого времени необходимо регулярно учиться и повышать свои компетенции, улучшать качество своих услуг, придумывать новые «изюминки» для отдыха туристов. Такой подход позволяет туробъекту оставаться востребованным для новых туристов и обеспечивает повторные приезды гостей.





## ИСПАНИЯ

### Средство размещения

<https://www.ruralandpersonal.com/>

3 небольших гостевых дома (вместимостью до 7 человек) расположены на юге Испании (Андалусия). Хозяин Хавьер управляется самостоятельно, иногда подключая семью. Гостеприимством занимается уже 20 лет, возглавляет региональную ассоциацию, а также помогает в работе Европейской Федерации по сельскому туризму. На сайте есть описание гостевых домов, возможность сделать заявку на бронь. Остановившись в домах в этой местности, гости могут посетить два самых интересных природных парка Андалусии: Суббетика в Кордове и Касорла, Сегура и Лас-Вильяс в Хаэне.

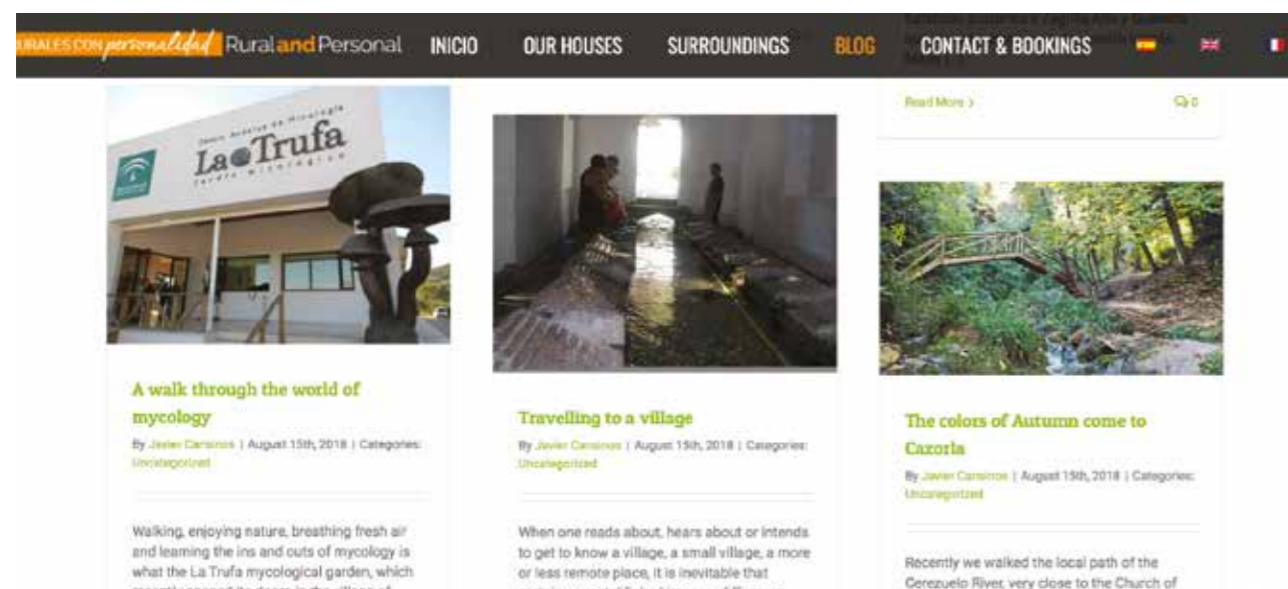
### Ситуация во время пандемии

«У нас было много отмен броней. В самый пиковый момент пандемии, когда было много ограничений на поездки и люди из разных семей/групп не могли контактировать, мы не работали. После того, как ситуация улучшилась и некоторые ограничения были сняты (летом 2020 года, весной и летом 2021), интерес среди гостей к нашим домам был выше, чем в допандемийные годы. Большим спросом пользовались короткие и средние по продолжительности прогулки по несложным тропам, легкие доступные виды спорта на открытом воздухе. Со своей стороны ассоциации сельского туризма сосредоточились на том, чтобы лучше продвигать наши сельские направления, рассказывать людям о том, где и как можно отдохнуть внутри страны маленькой компанией в не очень людных местах».



### Что взять на заметку

На сайте этого туробъекта есть блог, ссылки на статьи, которые пишет Хавьер о сельском туризме, о достопримечательностях своей территории, свои заметки и наблюдения. Такие статьи не являются прямой рекламой объекта туризма, но привлекают целевую аудиторию, поскольку информация интересна и полезна, это способствует формированию доверительных отношений. Помимо этого, активно ведется тематическая страница в соцсетях, а забронировать дом можно через сайт-агрегатор.



## 9. ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА ПО РАБОТЕ В СЛОЖНЫХ СИТУАЦИЯХ

В ситуации глобальных перемен и полной неопределенности в сфере политики и экономики дать конкретные детальные шаги и готовые советы невозможно. Единственный и самый рабочий совет сегодня: поймите, где вы находитесь в данный конкретный момент в плане ваших ресурсов (материальных и нематериальных), каков ваш набор целей и ценностей, и куда в какой-то обозримый и достаточно недлинный промежуток времени вы хотите прийти.

*Представьте себя водителем, который установил текущее положение и желаемую точку прибытия в вашем навигаторе. Вероятно, есть разные маршруты: первый может быть более длинный, но по лучшего качества дороге, второй - короткий, но машину потом придется чинить в мастерской, в третьем варианте есть возможность объединиться с попутчиками, что позволит сэкономить ресурсы, но нужно будет учитывать и их интересы. И при этом в процессе движения ситуация может меняться: могут возникнуть пробки на дорогах, люди, перебегающие проезжую часть в неположенном месте, аварии, перекрытия дорог из-за соревнований велосипедистов... Вы, будучи водителем, всегда принимаете решение оперативно, на автопилотах летают пока только самолеты, да и то в экстренной ситуации управление судном все равно берет на себя пилот.*

В таких условиях становится очевидным, что умение быть гибким и адаптивным - это, пожалуй, один из ключевых умений для выживания и развития.

Какие еще актуальные навыки, казалось бы, напрямую не связаны с работой в гостевом бизнесе на сельской территории, по факту оказываются крайне важными? Чему нужно учиться любому человеку, предпринимателю, чтобы остаться в бизнесе и в любых условиях быть успешным?

Необходимо учиться мыслить критически, замечать причинно-следственные связи, видеть ситуацию широко, понимать, что мировые события оказывают мощное влияние в том числе и на маленький гостевой дом, пробовать предвидеть итоги этих событий как на глобальном, так и на локальном уровнях (знание истории и социологии в помощь).

Необходимо учиться анализу рынка в своей сфере и смежных отраслях. В ситуации турбулентных изменений важно сделать своей стратегией отсутствие долгосрочных стратегий, сохранив при этом четкое понимание своей миссии. События последних лет и дней показывают, что важно уметь легко и быстро отказываться от проверенных временем подходов к работе, если они показывают снижение эффективности, важно уметь мгновенно адаптироваться к изменившимся условиям, строить планы на ближайшую неделю и быть готовым их перестроить через три дня, не испытывая при этом эмоциональных потрясений.

Один из самых важных навыков, который был актуален всегда, а в условиях форс-мажора он будет еще более важным, - это умение кооперироваться, помогать друг другу, умение договариваться, находить компромиссы, быть вместе в ситуации неопределенности. Совместная работа на территориях, устойчивые партнерства предпринимателей - навык, который надо осваивать и без которого вы однозначно будете проигрывать территориям, умеющим работать в партнерстве эффективно и предлагать качественный по форме и содержанию продукт или услугу. В современном мире выжить в одиночку не получится.

Мир имеет тенденцию меняться постоянно, в последние годы эти изменения происходят стремительно, большая часть этих изменений на первый взгляд негативна. Но в любой ситуации можно выработать стратегию, которая позволит не просто выжить, а добиваться успеха даже в самые непростые времена. Туризм в любом случае, даже когда пандемия отступит, не будет прежним. Высокие требования к санитарным нормам, к гибкости в работе, скорости реакции на потребности туристов - это то, что с нами останется надолго. Новые каналы продвижения и продажи своих объектов и услуг - цифровые - это тоже тренд. Но нужно уметь быстро менять эти каналы, открывать новые, искать новые возможности и быстро адаптироваться к их техническим особенностям. Если вы до этого регулярно производили контент, который был важен и интересен вашей аудитории, если вы выстроили онлайн коммуникации со своими подписчиками - то вы не потеряете их при смене онлайн коммуникационных площадок и всегда сможете их оповещать о происходящих изменениях.

Европейские эксперты давно отмечают, что в последние годы не «звездность отеля» определяла его популярность, а живые отзывы клиентов. И эта тенденция будет максимально усиливаться в сложные периоды времени, поскольку отзывам живых людей люди верят больше, чем официальным знакам отличия. И именно поэтому ваше «живое» присутствие при продвижении вашего объекта, живое общение с уже существующими и потенциальными клиентами может быть более эффективным, чем условные «пять звезд», не подкрепленные отзывами конкретных людей.

«Качественный продукт по адекватной цене» - если вы суммете соответствовать данному критерию - «сарафанное радио» поможет вам в продвижении. Но, конечно, не стоит рассчитывать только на этот рекламный канал. Другие средства рекламы, четко ориентированные на вашу целевую аудиторию, тоже важны.

В завершение хочется сказать, что любой кризис, даже самый затяжной и сложный - это всегда возможности изменений и роста, если вы умеете сохранить самообладание, вовлеченность, любовь к людям, не боитесь отказываться от неработающих методов, смело креативите, идете вперед, создавая эффективные партнерства и сохраняя верность себе и своим ценностям.

## 10. СЕКРЕТЫ ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ. АССОЦИАЦИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

*Основа успеха сектора туризма - сотрудничество широкого круга организаций и частных лиц. На территориях, где туризм - основной вид деятельности (чаще в городских округах), размер туристических бизнес-компаний и совокупная важность сектора для местной экономики гарантируют, что интересы турсферы должным образом учитываются и поддерживаются.*

**В случае с сельским туризмом мы зачастую имеем другую ситуацию. Этот вид туризма основан на концепции малых услуг и интеграции в местную экономику и общество, где изначально туризм не является основным и преобладающим видом деятельности. Поэтому лоббируя интересы сельского туризма на территории, необходимо понимать, что он изначально может быть вне приоритетов местного общества и политиков.**

С середины 20 века, когда сельский туризм начал формироваться, для эффективной и успешной работы были разработаны разные модели и формы сотрудничества как между предпринимателями в сфере сельского туризма, так и между другими заинтересованными сторонами на сельской территории.

В основе этих моделей лежит самоорганизация предпринимателей через ассоциацию. Объединение для ведения хозяйственной деятельности можно считать «разумным эгоизмом»: сотрудничая, люди добиваются больших успехов и в партнерских проектах, и в своих бизнесах. В настоящее время существующие профессиональные структуры в сельском туризме используют ассоциацию как ключевую форму объединения. Ассоциации могут иметь широкий спектр целей и видов деятельности, в частности, занимаются социальными вопросами, экологией и устойчивым развитием и другими задачами, но в целом их главная цель - создание благоприятных условий для развития сельского туризма. Ассоциации сильно изменились за последние 70 лет, прошедших с момента появления первых объединений такого формата:

*В первые годы развития сельского туризма основное внимание уделялось поддержке новых инициатив, признанию значимости на местном и региональном уровнях и включению в процессы принятия решений, а также прямому маркетингу и продажам конкретных товаров.*

*Когда сельский туризм стал неотъемлемой частью местной экономики, фокус деятельности сместился на профессиональную разработку продуктов, имиджевый маркетинг и сильные структуры продаж, такие как центры бронирования.*

*Интернет серьезно повлиял на деятельность ассоциаций, лишив их информационной монополии, дав предпринимателям альтернативные источники получения профессиональных знаний, а главное - появилось большое разнообразие каналов продвижения и продажи своих продуктов и услуг.*

*В настоящее время, в 2022 году, ассоциации занимаются в равной степени деятельностью в сфере профессиональной защиты и лоббирования интересов, подготовкой профессиональных обучающих программ для предпринимателей, аналитикой, имиджевым маркетингом. Прямые продажи*

и услуги по бронированию – если и остались, – занимают очень скромное место.

Последнее подтверждается результатами исследования 2016 года, которое показывает приоритеты в работе 23 профессиональных организаций сельского туризма, их оценку важности и приоритеты членства в Европейской Федерации сельского туризма (EuroGites, в 2021 году переименована в RuralTour):

Наименование	1	2	3	общий балл	баланс
Активная постоянная работа с регулярными встречами	i				
Оценка ценности EuroGites для членов в настоящее время и в потенциале		i			
Обмен опытом (мастер-классы, нетворкинг)	iiii	iiii	i		
Международный обмен и сотрудничество между членами, экспертами	ii	ii	ii		
Решение схожих /общих проблем			i		
Новости и актуальная информация в сфере сельского туризма	i				
Поддержка сельского туризма в менее развитых странах	i				
Кластер1 - знания / профессиональное общение	9	7	4	20	45
Продвижение (международное / по всему миру) – Интернет и социальные сети	iiiiii	iiiiii	iiiiii		
Продвижение через выставки (EG и участники)			ii		
Тематические межнациональные продукты сельского туризма		i			
Разработка продукта в новой концепции «сельский туризм»	i	i	i		
Деятельность по прямым продажам и каналы прямых продаж			i		
Кластер 2 - маркетинг	7	7	10	24	45
Европейская комиссия и другие организации (информация и лоббирование)	iiiiii	iiii	ii		
Информация о финансировании ЕС			i		
Совместные (ЕС) проекты, непосредственно влияющие на членов Федерации	i	iiii	i		
Привлечение средств ЕС (или других) для устойчивого развития участников EuroGites +		i	i		
Кластер 3 - общая защита интересов и лоббирование	7	9	5	21	44

Примечание: «Оценка» — просто суммирует частоту ответов (т. е. 9+7+4=20). Итого: 45  
 «Баланс» — это взвешенная сумма, где: 1 приоритет: баллы x 3 = 9x3 = 27  
 2 приоритет: баллы x 2 = 7x2 = 14  
 3 приоритет: баллы x 1 = 4x1 = 4

Вывод: Три кластера более или менее равны по важности. Третий кластер менее однороден – представленные в нем позиции (помимо непосредственно лоббирования) относятся еще и к «присутствию и известности», что является необходимым условием, чтобы считаться равным игроком на рынке

Ассоциативная модель является начальным условием успеха, но сама по себе недостаточна. Ассоциации не настолько сильны, чтобы «их голос был услышан всеми» и им сложно найти ресурсы для своей работы, если они не поддерживают связь и не сотрудничают с другими (в том числе более влиятельными) агентами экономической, политической и/или туристической систем. Ниже представлены три модели сотрудничества и совместной защиты интересов:

#### • Сотрудничество с сектором сельского хозяйства.

Эта модель часто используется в случае развития агро/сельскохозяйственного туризма – примерами являются Австрия, Италия и, в меньшей степени, Германия. Это может иметь исторические причины (начальный период развития сельского туризма - на основе агротуризма), политические мотивы (фермерские объединения создают в своей структуре филиалы агротуризма) или поддерживаться органами государственной власти в рамках политики диверсификации сельского хозяйства. Интеграция таких моделей с туристическим сектором часто низкая, за исключением Австрии, которая в настоящее время является лучшим примером высокопрофессиональной ассоциации сельского / фермерского туризма, сочетающей в себе «лучшее из обоих миров».

#### • Сотрудничество с государственной администрацией.

При меньшем количестве членов и ограниченных собственных средствах ассоциациям необходимо искать дополнительные ресурсы, которые обычно поступают из государственного сектора. Эта поддержка мотивирована концепцией взаимного выигрыша: ассоциации близки к работе на местах и могут более эффективно сотрудничать с предпринимателями и работать «в поле». Поддержка может быть оказана через прямые оперативные гранты, проекты или совместные предприятия. При получении грантов, реализации проектов обычно требуется определенная часть и собственного вклада, но при этом ассоциации понимают, что свои вложенные средства при таком взаимодействии имеют суммарный эффект до 10 раз выше, в случае если по требованию гранта объем собственных средств должен быть не менее 10%.

#### • Ассоциации с высокой степенью независимости и устойчивости.

Этот тип ассоциаций характеризуется сравнительно высоким уровнем собственных ресурсов за счет взносов и/или оплачиваемой деятельности/услуг. Получаемые таким образом средства идут на некоммерческую социальную работу. Внешние ресурсы приветствуются, но не критичны для устойчивости. Хотя такие организации и составляют меньшинство, они являются одними из самых эффективных и профессиональных: их выживание неразрывно связано с их способностью предоставлять высококачественные услуги и ощутимые выгоды своим членам, которые готовы платить за них справедливую цену. Эти ассоциации, как правило, являются частью региональной/национальной системы предпринимателей в сфере туризма и являются членами соответствующих федераций частного туристического бизнеса. Это, в свою очередь, предоставляет им необходимый доступ к политическому лоббированию/адвокации.

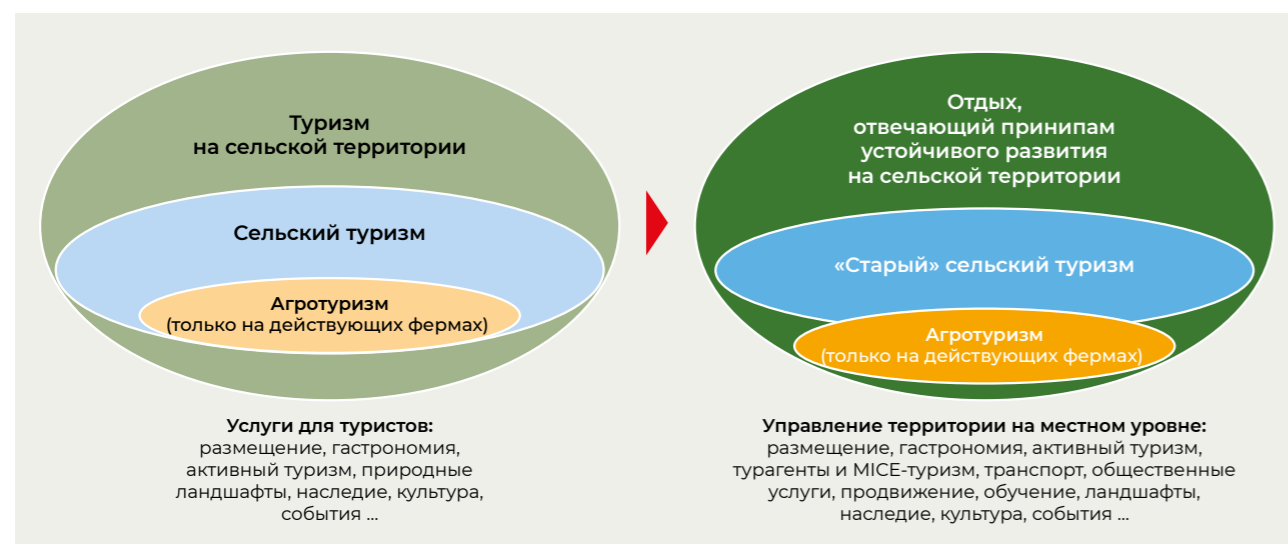
Ни одна из моделей не существует в чистом, эксклюзивном варианте. Все ассоциации сельского туризма, действующие в 2022 году, в той или иной степени сочетают все три подхода, но, возможно, не в равной степени. Какой-то из подходов может доминировать.

- *Пример сотрудничества с сектором сельского хозяйства:*  
Ассоциация «Отдых на фермах», Австрия
- *Пример сотрудничества с государственной администрацией:*  
Агротуристическая компания, Кипр
- *Пример самостоятельного частного подхода:*  
Ассоциация сельского туризма, Литва

## Организации и Корпорации по управлению территорией

Профессиональные услуги в сфере сельского туризма, которые оказываются через ассоциации на местном, региональном или национальном уровнях - это один из компонентов большой «мозаики» турсектора в целом. Для того, чтобы и предприниматели, и туристы чувствовали себя хорошо, необходимо синхронизировать разные виды деятельности на территории:

- Основные туристические услуги: размещение, питание и организация досуга. В некоторых сельских районах эти услуги будут непосредственно оказываться объектами сельского туризма, объединенными в ассоциации. Однако основные туристические услуги на сельской территории могут оказывать и отнюдь не сельские по формату провайдеры (например, Белокуриха в Алтайском крае сочетает в себе сельский, природный, оздоровительный и профессиональный спа-туризм).
- Мероприятия, которые чаще всего организуют посредники: туристические агентства, туроператоры, event-агентства.
- Транспорт.
- Инфраструктура, вопросы безопасности, охрана окружающей среды, санитарные услуги, образование и обучение, а также поддержка бизнеса — за эти элементы, как правило, несут ответственность государственные органы.
- Продвижение всей территории.
- Окружающая среда, ландшафт и природа - как основные ресурсы и главные достопримечательности.
- Наследие, культура, праздники и связанные с ними мероприятия.



Показан переход от разрозненных бизнесов/предпринимателей, оказывающих услуги в сфере сельского туризма к системному комплексному управлению территорией, основанному на принципах устойчивого развития.

Как правило, сотрудничество на территории в Европейских странах осуществляется через организации по управлению территорией (DMO — Destination Management Organisations). Существует несколько моделей таких DMO:

### • Государственное управление

Местный или региональный орган власти непосредственно берет на себя координацию, а также продвижение и консультирование. В таком случае финансирование в значительной степени осуществляется из государственных источников. Участие других заинтересованных сторон из сектора туризма возможно через консультативные советы, но без (или с ограниченной) возможности принятия решений.

### • Государственное предприятие

Модель аналогична предыдущей, но деятельность DMO осуществляется через специальное юридическое лицо, зарегистрированное как компания или схожая юрформа. Формально эта компания независима от государства, поэтому обычно обладает большей гибкостью в управлении, меньшей степенью бюрократизма.

### • Некоммерческая туристическая организация

Эта модель позволяет объединить работу органов власти и представителей других заинтересованных сторон, которые имеют право голоса и представлены в структурах органов власти (советах, исполнительных комитетах и т.п.). Значительная часть ресурсов по-прежнему поступает из государственного сектора, но все другие члены этого юрлица также должны вносить свой вклад в виде ежегодных взносов, оплаты конкретных услуг (участие в ярмарках и т.п.) или иными способами. Эта модель чаще встречается на местном, провинциальном уровне, как правило, занимается широким кругом задач, имеет разнообразный профессиональный опыт и организационные формы.

### Два примера:

- *Местные туристические корпорации в Австрии.* Создаются по указу власти в каждой небольшой дестинации страны (земля, округ и т.д.). Членство является обязательным для всех участников производственных цепочек в туризме (т.е. не только для прямых туристических услуг, но и для таких видов деятельности, как розничные магазины, заправки и т.д.). Имеют право голоса в государственных учреждениях, где общественный сектор представлен символически (2 из 20 делегатов). В задачи входит полный комплекс управления и развития, а также продвижение туризма на территории. Финансирование обеспечивается за счет обязательного туристического налога (суточного), который дополняется процентом от годового НДС, взимаемого на территории.
- *Центры туристических инициатив (ЦТИ).* Похожи на предыдущую модель, но основаны на добровольном участии. Тот же круг заинтересованных сторон и оказываемых услуг, что и в предыдущем случае, но формально выгоды могут получать только те, кто решает стать частью ЦТИ и вкладывает свои ресурсы в его работу. Поскольку участие строится на добровольном решении, существует проблема «безбилетников» - это бизнесы, которые никак не участвуют в работе ЦТИ, но получают выгоду в продвижении, благодаря узнаваемости дестинации в целом, и пользуются туристической инфраструктурой.

DMO, как правило, работают как НКО и занимаются деятельностью, в которой чисто коммерческий подход неприменим. Основная идея заключается в «экстернализации индивидуальных затрат». Смысл в том, что через DMO, отдельным предпринимателям и бизнесам обходится дешевле получение ресурсов и услуг, проще дается решение многих вопросов, чем если бы они действовали индивидуально. Какие-то задачи и вовсе невозможно решить в одиночку. Такой подход позволяет улучшить общую инфраструктуру на территории (пешеходные, велосипедные дорожки, навигация и т.п.), а также получить доступ к обучению, общему продвижению и т.п., что повышает привлекательность территории и делает работу всей производственной цепочки легче и эффективнее.

DMO может расширить деятельность, добавив к некоммерческим услугам, представляющим общий интерес, коммерческую составляющую (планирование туризма, финансовая поддержка предпринимателей, центры бронирования, профессиональные консультационные услуги для членов и т.д.). В таком случае их называют корпорациями по управлению территорией (DMC — Destination Management Corporations). DMC обычно выбирают коммерческую юридическую форму, такую как компания с ограниченной ответственностью или акционерное общество, чтобы обеспечить легальность работы в правовом поле и предотвратить вероятность недобросовестной конкуренции в тех видах деятельности, которые могут вести другие частные компании.

В этой главе описан опыт Европейских стран по созданию условий для развития туризма на местах. Описанные модели невозможно взять и в готовом виде перенести в реалии другой страны. Однако можно интерпретировать, адаптировать и внедрять отдельные элементы с учетом особенностей законодательства, менталитета и привычек, а также традиций кооперации.

**В любом случае, какими бы ни были эти особенности, простой здравый смысл и жизненный опыт говорит о том, что умение объединяться и сотрудничать позволяет в разы повысить эффективность и результативность многих видов деятельности.**

## Список источников

1. Дж. МакГинли и др. Влияние COVID-19 на систему управления европейскими ООПТ и последствия для политики в области природоохранной деятельности. — Журнал «Форестс». Многопрофильный институт цифрового издательства (Швейцария). — 11.2020 г.
2. А. Спенсли. Будущее природного туризма. Влияние COVID-19 и пути достижения устойчивого развития. — Институт Люка Хофманна. — 2021 г.
3. Управление парками и природными территориями Шотландии в период пандемии COVID-19. — Онлайн-журнал благотворительного общества, компании с ограниченной ответственностью «Гринспейс Скотланд» (Шотландия). — 20.07.2020 г.
4. Б. А. Митчелл, Э. Филлипс. В поисках ответа на вопросы глобальной трагедии: слово издателя. — Журнал «Паркс», вып. 27 (специальный). — 03.2021 г.
5. Дж. Вайтака и др. Влияние COVID-19 на ООПТ: мировое обозрение и перспективы для различных регионов. — Журнал «Паркс», вып.27 (специальный). — 03.2021 г.
6. EuroTier — Европейская комиссия — DG XXIII — 1992 — Исследование EuroTier по размещению туристов в сельской местности в европейских странах.
7. Методические рекомендации по общим вопросам безопасности работы в сельском туризме в Европе «Your rural tourism business - run it smart».

## References

1. James McGinlay et al. The Impact of COVID-19 on the Management of European Protected Areas and Policy Implications. Forests, MDBI. 11, 2020.
2. Anna Spencley, PhD. The future of nature-based tourism. Impacts of COVID-19 and paths to sustainability. Luc Hoffmann Institute. 2021.
3. Managing Scotland`s parks and greenspaces during COVID-19. Greenspace Scotland. 20.07.2020
4. Brent A. Mitchell, Adrian Phillips. A global tragedy in search of answers: editor's introduction. Parks, vol.27 (Special Issue). 03.2021
5. John Waithaka et al. Impacts of COVID-19 on protected and conserved areas: a global overview and regional perspectives. Parks, vol.27 (Special Issue). 03.2021

Методическое пособие «АДАПТАЦИЯ ОБЪЕКТОВ СЕЛЬСКОГО И ЭКОТУРИЗМА К ПОСЛЕДСТВИЯМ ПАНДЕМИИ COVID-19. Аналитика и успешные практики Европы и России» — Москва: АНО «АРСИ», Экоцентр «Заповедники», 2022. — 108 с.

АНО «Агентство развития сельских инициатив»  
Сельский туризм. Теория и практика. Обучение, стратегии, реализация проектов, консалтинг.  
agent-sela.ru

Академия сельского туризма: <https://www.selturacademia.ru/>

Библиотека сельского туризма: [просельскийтуризм.рф](http://просельскийтуризм.рф)

Группа «ВКонтакте»: «Сельский туризм и развитие сельских инициатив»

АНО ДПО «Эколого-просветительский центр «Заповедники»

Экологическое просвещение, заповедное дело, туризм на ООПТ. Повышение квалификации, проектирование инфраструктуры, региональные стратегии туризма, методическое обеспечение.  
<https://www.wildnet.ru/>

Портал Заповедная академия: [заповеднаяакадемия.рф](http://заповеднаяакадемия.рф)

Портал Заповедный урок: [заповедныйурок.рф](http://заповедныйурок.рф)

Группа «ВКонтакте»: «ЭкоЦентр «Заповедники» и Ко»

©АНО «Агентство развития сельских инициатив» (АНО «АРСИ»)

©АНО ДПО «Экоцентр «Заповедники».

При полном или частичном воспроизведении данного издания ссылка на АНО «АРСИ» и АНО ДПО «Экоцентр «Заповедники» обязательна.

*Публикация подготовлена при поддержке Европейского Союза в рамках проекта «Акселератор инициатив сельского и экотуризма в пост-COVID реальности». Содержание данной публикации является предметом ответственности АНО АРСИ и АНО ДПО «Экоцентр «Заповедники» и не отражает точку зрения Европейского Союза.*



При поддержке  
Евросоюза



При поддержке  
Евросоюза

