

Всего велосипедный маршрут предлагает 75 точек, включающие в себя историко-культурные ценности, архитектурные и природные памятники, музеи, местные достопримечательности и места отдыха. Количество историко-культурных ценностей, представленных на маршруте – 15. При этом протяженность маршрута составляет 126 км. Созданный маршрут был опубликован в мобильном приложении VYGuide. Описание, фото и карта маршрута опубликованы с сети Интернет.

Исходя из полученных данных можно сделать следующий вывод. Предложенный маршрут подходит для прохождения как в организованной группе, так и для индивидуального туризма. Зеленый маршрут «Зялёными сцежками ад Іслачы да Віліі» знакомит туристов с объектами историко-культурного и природного наследия Воложинского, Молодечненского и Вилейского районов. В ходе состоявшейся командировки, также были выявлены объекты осмотра, не входящие в перечень координаторов, которые было предложено включить в разработанный автором велосипедный вариант маршрута. На основе полученных данных была разработана и опубликована карта маршрута с указанием всех объектов осмотра. Публикация маршрута в мобильном приложении, посвященном агроэкотуризму, привлечет внимание туристов к районным дестинациям и будет способствовать сохранению историко-культурного наследия и созданию условий для устойчивого развития туризма в стране.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Зялёными сцежками ад Іслачы да Віліі. [Электронный ресурс]. URL: <http://usitmoik.gov.by/ru/turisticheskie-marshruty/zeljonye-marshruty/item/74-zalyonyymi-stsezhkami-ad-islachy-da-vilii> (дата доступа: 14.11.2021).

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ СЕЛЬСКОГО И ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Лебедева И. В.

*Президент Национальной Ассоциации по развитию сельского и экотуризма,
ведущий эксперт АНО «Агентство развития сельских инициатив», ул. Соколово-
Мещерская, 2, Москва, Россия, iva.index@gmail.com*

Статья опирается на результаты исследований, проведенных АНО «Агентство развития сельских инициатив» (Россия) в рамках проекта «Акселератор инициатив сельского и экотуризма в пост-COVID реальности», при финансовой поддержке

Европейского Союза, в 2021 году. В исследованиях рассматривались вопросы предпочтений и мнений как со стороны туристов, так и со стороны владельцев объектов и представителей сферы сельского и экологического туризма.

Ключевые слова: сельский туризм; потребительский спрос в период пандемии; портрет потребителя туруслуг в период пандемии; мотивация выбора сельских туров.

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE PREFERENCES OF CONSUMERS OF RURAL AND ECOLOGICAL TOURISM SERVICES

Lebedeva I. V.

*President of the National Association for Rural and Ecotourism,
leading expert of the Agency for Rural Community Development. 2, Sokolovo-
Mescherskaya St., Moscow, Russia, iva.index@gmail.com*

The article is based on the results of two studies carried out by the Agency for Rural Community Development (Russia) within the framework of the project “Accelerator of rural and ecotourism initiatives in post-COVID reality”, with the financial support of the European Union, in 2021.

Keywords: rural tourism; consumer demand during the pandemic; portrait of the consumer of tour services during the pandemic; reasons for choosing rural tours.

Ограничения, связанные с пандемией коронавируса в стране, в полной мере коснулись и сферы внутреннего туризма, в том числе направления сельский туризм.

В начале сезона 2020 года представители турбизнеса испытывали большую тревогу, предполагая спад спроса на свой турпродукт. Однако, сезон 2020 показал не только всплеск интереса к путешествиям внутри страны, но и устойчивый рост числа потребителей сельского и экологического туризма.

Цель исследования, проведенного АНО «Агентство развития сельских инициатив» (Россия) в рамках проекта «Акселератор инициатив сельского и экотуризма в пост-COVID реальности» [1], при финансовой поддержке Европейского Союза, в 2021 году: получить информацию о влиянии пандемии COVID-19 на спрос в сфере экологического и сельского туризма, выявить факторы, повлиявшие на потребительское поведение вследствие пандемии. В целях данного исследования под сельским туризмом понимаются путешествия в сельскую местность или в особо охраняемые природные территории с целью отдохнуть, а также, при желании, поработать на ферме или подсобном хозяйстве, познакомиться с деревенским бытом, местными традициями и культурой,

поучаствовать в мастер-классах по традиционным промыслам и ремеслам, в народных праздниках [2]. В рамках сельского туризма (в контексте данной статьи) не будут рассматриваться поездки в малые города, а также поездки в деревню с целью посещения родственников.

Методология: исследование, проводимое в июле и августе 2021 года, имело комплексный подход и включало два этапа -- количественный и качественный сбор данных с двух сторон: отношение туристов, и отношение владельцев к безопасности на объектах сельского и экологического туризма.

На первом этапе были реализованы количественные методы сбора информации – проведен всероссийский опрос населения, который позволил оценить потребительские предпочтения в области туризма в целом и определить уровень текущего спроса на сельский туризм в период пандемии. Опрос проводился путем включения тематического блока вопросов во Всероссийский опрос ОМНИБУС. Объем выборки составил 1600 человек, репрезентирующих население России старше 18 лет по полу, возрасту, образованию и типу населенного пункта (распределение согласно официальной статистике). На втором этапе были проведены групповые дискуссии (две фокус-группы) с реальными и потенциальными потребителями услуг сельского туризма. На третьем этапе проводился опрос владельцев объектов и представителей сельского и экологического туризма. В тексте статьи приведена прямая речь некоторых респондентов.

Отношение к требованиям безопасности сельского туризма в связи с пандемией COVID-19 (мнение туристов).

По мнению участников фокус-групп, пандемия COVID-19 принципиальным образом не меняла их модели отдыха. Безусловно, многие стали реже путешествовать, список мест назначения стал существенно более ограниченным, уменьшились возможности пляжного отдыха, но в целом, потенциальные туристы в сельскую местность даже в настоящее время стараются выбирать привычные форматы путешествий.

Некоторым респондентам поездки за границу в условиях пандемии кажутся более непредсказуемыми – но не столько из соображений эпидемической опасности, сколько по причине неожиданных, непредсказуемых действий со стороны властей по усилению ограничительных мер.

В этом смысле поездки по России, особенно в провинциальную глубинку, вызывают гораздо меньшую обеспокоенность респондентов. Участники фокус-групп отмечают, что даже несмотря на то, что в некоторых регионах, где сельский туризм неплохо развит (например,

Алтайский край), были введены очень жесткие ограничительные меры, тем не менее, контроль за соблюдением мер безопасности «на местах», на бытовом уровне зачастую был существенно ослаблен.

Такая ситуация не вызывает у респондентов особой тревоги в 2021 году. Прежде всего, сам формат сельских путешествий, по мнению участников фокус-групп, не связан (в большинстве случаев) со скоплением больших групп людей, а как раз, наоборот, предполагает уединение, социальное дистанцирование, отсутствие массовых мероприятий, групповых экскурсий, минимизацию социальных контактов:

«Мне кажется, что не нужно [ужесточать меры безопасности в сельском туризме]. Там такой маленький поток, там не такое скопление людей. Приехала семья, поселилась в домике. Там же нет ни администратора, никого, кто температуру обычно измеряет». «Нет, проблем нет никаких. В лесу маски не нужны».

Более того, ограничительные меры, к которым привыкли москвичи, воспринимаются подчас странно и чужеродно жителями отдаленных регионов с их специфическим ритмом жизни, разницей менталитета и характером потребления информации из СМИ. Те меры, которые кажутся целесообразными и привычными для жителей мегаполисов (в местах массового скопления людей), в отдаленной провинции представляются чуждыми, избыточными, непонятными, и вызывают совершенно другие коннотации у местных жителей: «Мы, когда приехали в маске и перчатках, местное население очень стало реагировать очень дико на меня: ты болен? болеешь чем-то? Вы понимаете, все начали избегать и изгонять».

В то же время, респонденты приводят примеры своих путешествий в сельскую местность, когда принимающая сторона осуществляла собственные меры безопасности (например, ставила дополнительный умывальник при входе в гостевой дом), и в целом поднимают тему обоюдной социальной ответственности со стороны как хозяев, так и гостей во время передвижений по стране: «Там сложности с медициной на местах, и если мы едем куда-то, в какой-то удаленный регион, то, чтобы не подвергать риску местное население, должны быть привитыми».

Некоторые участники фокус-групп отмечали, что стараются выбирать знакомых хозяев и проверенные маршруты, чтобы избежать лишних рисков во время путешествий: «Мы стали ездить только туда, где есть знакомые, это удобно и надежно».

Также на фокус-группах в упрек организаторам сельского туризма ставилось желание заработать на туристах любыми средствами, даже

пренебрегая требованиями безопасности: «Хозяевам важна денежка, им наши COVIDы нисколько не интересны...»

В целом, стоит отметить, что безопасность поездки рассматривается туристами не столько с точки зрения эпидемических угроз COVID-19, сколько в более широком и традиционном контексте (сохранность имущества, безопасное питание, наличие оперативной медицинской помощи и т.п.). С точки зрения эпидемических угроз COVID-19 туристы в 2020-21 гг. не предъявляли никаких повышенных требований к объектам и их владельцам.

На третьем этапе исследования («Экспертное мнение») качественные данные были собраны методом глубинного полуструктурированного интервью. Всего было собрано 22 интервью, из которых 7 с представителями экотуризма и 15 с представителями, экспертами и владельцами объектов сельского туризма.

Мнение и отношение к требованиям безопасности сельского туризма в связи с пандемией COVID-19 (мнение владельцев объектов и представителей сельского и экологического туризма).

В ответах на вопрос: «Исходя из вашего опыта, как коронавирус повлиял на спрос туруслуг?» 18% информантов указали, что не наблюдают роста спроса на свои туристические продукты и связывают это с ограничительными мерами начиная от запрета на проведения мероприятий и заканчивая запретом въезда на территорию. Один из информантов отметил, что благодаря пересмотру ценовой политики при меньшем числе туристов его бизнесу удалось достичь того же объёма выручки. Одна информантка объясняет снижение спроса в период пандемии тем, что раньше они принимали организованные группы, теперь «это всё прекратилось в одночасье». Другой информант связывает снижение спроса со страхами самих туристов: «люди боятся приезжать».

73% информантов в той или иной формулировке указали на рост спроса на их туристический продукт. Не все связывают этот рост с влиянием коронавируса, однако все его замечают. Процент такого роста информантам оценить оказалось сложно, примерный цифры, которые они называли начинались от 15% и заканчивались увеличением посетителей объекта «более чем в два раза». Некоторые также указали на заметное расширение сезона: «с 6 до 10 месяцев в году».

Ещё для 10% информантов этот вопрос оказался неактуальным. Это случаи, когда информант только собирался запустить свой турпродукт, или, например, бизнес был запущен в разгар пандемии, поэтому сравнивать показатели спроса не с чем.

В ответах на следующий вопрос: «Есть ли, на ваш взгляд, яркие конкурентные преимущества у сельского и экологического туризма в

условиях ограничений?» наиболее часто информанты говорили о том, что главное преимущество – это безопасный для здоровья в период пандемии отдых. Такой ответ прозвучал в половине интервью с представителями сельского туризма. Помимо эпидемиологической безопасности и возможности избегать скопления людей информанты говорили и возможности питаться натуральными продуктами, дышать свежим воздухом. Один из ответов, ярко иллюстрирующий понятие безопасного отдыха звучит следующим образом: «2020 и 2021 годы - они сельскому туризму сыграли на руку, в города люди ехали меньше, а в сельскую местность отдыхать ехали больше».

Кроме того, ещё 30% информантов называли в качестве главного преимущества индивидуальный подход к туристу, возможность адаптировать любую программу и выполнить разные запросы под конкретного туриста, в том числе запросы, касающиеся безопасности от вируса.

В вопросах индивидуальности с сельским туризмом согласен экологический туризм, предлагающий туристу возможность уединиться, путешествовать без скопления народа, но, помимо этого, представители объектов экотуризма отмечали в качестве приоритета близость к природе и причастность к сохранению природного наследия в качестве преимуществ.

К более редким ответам можно отнести бюджетную стоимость в качестве преимущества (1% информантов), новые впечатления и ощущения (5%), релевантность российских вакцин в сравнении с заграницей. 9% информантов отметили, что на данный момент не видят в сельском туризме конкурентных преимуществ в сравнении с массовым, т.к. он находится ещё на начальной стадии развития, требует решения проблем инфраструктуры и повышения компетентности владельцев и работников.

На вопросы: «Изменились ли предпочтения вашей целевой аудитории в 2020 году? Что хотели видеть ваши туристы в качестве дополнительных услуг?» половина информантов ответили, что последние два сезона изменился портрет туриста. Если раньше на объекты сельского и экологического туризма приезжали люди, готовые к разным условиям размещения, и понимающие особенности такого отдыха, то в 2020-21 году в гостевые дома на сельских территориях и в национальные парки поехал «турист из Турции» - человек, хорошо знакомый с курортами ультра-комфорта, с высоким качеством обслуживания, с богатой инфраструктурой, поэтому и предпочтения у туриста на сельских территориях изменились:

«Нас спрашивают об аниматорах в приютах, о кофейнях, пекарнях. Что хотели видеть туристы? Допуслуги, да, есть запрос на организацию питания в туристических приютах, на постельное бельё, на услуги allinclusive запросы бывают».

«Мы [Национальный парк] противимся требованиям туристов предоставлять белые халаты, одноразовые тапочки, одноразовые шампуни, хотя они это требуют. Но вот мы объясняем, что это невозможно, что это увеличит просто объём стирки во много раз, и объём мусора увеличит в несколько раз, это нецелесообразно».

Удовлетворить новые запросы и требования каждый объект стремится в меру своих сил и инфраструктуры. Некоторые запросы и требования туристов о повышенном комфорте выполнить невозможно или нежелательно, если речь идет о труднодоступной природной территории. Это скорее редкая ситуация для сельского туризма, она более характерна для объектов природного туризма. Также, представители экотуризма отмечают, что иногда туристы хотят неприемлемых для заповедника развлечений: джип-туры, бары, аниматоров, тогда как первостепенная задача объекта экотуризма – это сохранение природы, а не оказание туруслуг. Хозяева объектов сельского туризма чаще готовы идти навстречу и придумывать новые способы соответствовать новым предпочтениям:

«Все услуги отработываем по максимуму. Все, что просят, и мы можем - все предлагаем. Даже если что-то не продаем, но у нас это просят, то мы продаём. Например, нет такой услуги в прейскуранте, но люди попросили, мы предоставляем, нам не жалко, пусть люди отдыхают».

«Нам кажется, у людей меньше стало денег».

Предпочтения туристов в период пандемии ковид-19 изменились не только из-за закрытых границ и невозможности попасть на иностранный курорт, но и из-за эпидемиологической обстановки: стало больше туристов, которые путешествуют на своём автомобиле вместе с семьёй. Запросы на дополнительные услуги «нового» туриста разнообразны – это и услуга сопровождения, организация питания, бары, гастрономические фестивали, катание на джипах, бюджетное размещение, и т.д. Среди этого многообразия информанты часто (24%) выделяют сувенирную продукцию в качестве особого запроса. Многим туристам было бы интересно приобретать уникальные для территории сувениры, в том числе и съедобные. В этом вопросе владельцы объектов ищут или уже нашли пути выполнения запроса, они считают это не только привлекательным для туриста, но и прибыльным для бизнеса.

На вопрос: «Предъявляли ли ваши гости повышенное внимание к эпидемиологической безопасности своего отдыха?» информанты

отвечают, что чаще всего гости сельского и экологического туризма не обращали внимания на эпидемиологическую безопасность. Поясняют, что пребывание на сельской территории в гостевом доме с малым количеством мест размещения напротив расслабляет гостей, позволяет им отвлечься от реальности пандемии и забыть о мерах профилактики. Забота об исполнении требований, поэтому, полностью лежит на объектах туризма. Они эти требования выполняют, а также напоминают гостям о необходимости заботиться о себе и окружающих – надевать маски, стараются без такого запроса организовывать социальную дистанцию между группами туристов. Такая ситуация складывается у 65% опрошенных информантов:

«Скорее, озадачены тем, что для туристов это ограничения, правила, которые влекут за собой дополнительные расходы, ПЦР-тесты, сертификаты и так далее. Никто еще ни разу не спросил: "А соблюдаете ли вы вот эти требования, а вы нас обеспечите масками, защитой?"» - такого нет, скорее они негодуют, что им приходится нести дополнительные расходы для того, чтобы отдохнуть. Еще, они обеспокоены тем, не ограничат ли въезд в округ, смогут ли они поселиться в гостинице, не откажут ли им, пустят ли их в ресторане, накормят ли, или им придется подножным кормом питаться, вот это их беспокоит, а другого ничего особенного нет».

Ещё 23% информанта, в первую очередь обратились к тем эпидемиологическим требованиям, которые должны выполнять сами туристы. Как в приведённой выше цитате, гостей объектов сельского туризма в первую очередь беспокоит необходимость сдать ПЦР-тест или быть вакцинированным. Один информант – представитель объекта экологического туризма указал, что туристов при посещении объекта больше беспокоит возможность заражения вирусами, переносимыми клещами. Только один информант ответил, что туристы задают вопросы по всем пунктам, перечисленным в вопросах. Другой информант отметил повышенное внимание к наличию санитаров, но лишь в 2020 году, ещё один отметил, что гости интересуются, привиты ли сотрудники. Ещё 2 информанта ответили, что существует внимание к социальной дистанции при расселении. Таким образом, большинство туристов не обеспокоены профилактикой коронавирусной инфекции в объектах сельского и экологического туризма. Если же ранжировать отдельные аспекты, то самым частым вопросом о коронавирусной инфекции является вопрос о ограничениях на въезд (с тестом или без теста) (4), расселение с соблюдением социальной дистанции (3), вопросы прививки (2) и санитаров (2).

Таким образом, проведенное исследование позволяет подтвердить возрастающую актуальность сельского туризма в период пандемии COVID-19. При этом, большинство туристов в 2020-21 гг. не были обеспокоены профилактикой коронавирусной инфекции в объектах сельского и экологического туризма. Это говорит о том, что владельцы объектов должны проявить повышенную ответственность за эпидемиологическую безопасность людей, самостоятельно, без дополнительного запроса со стороны гостей, исполнять обязательные требования Роспотребнадзора [3] и принимать меры для нераспространения коронавируса на своих объектах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. «Исследование потребителей услуг сельского туризма в России», 2021/ Лебедева И.В., Копылова С.Л., Лебедева Т.А. Москва: АНО АРСИ, 2021. – 40 с.
2. Методическое пособие «Сельский туризм как средство развития сельских территорий»/ Лебедева И.В., Копылова С.Л. - Москва: АНО АРСИ, 2018. – 164 с.
3. Методические рекомендации Роспотребнадзора РФ № МР 3.1.0173-20 «Организация противоэпидемических мероприятий в период пандемии COVID-19». Москва, 2020. [Электронный ресурс]. URL: https://www.rospotrebnadzor.ru/region/korono_virus/files/spec/%D0%9C%D0%A0%203.1.0173.PDF (дата обращения: 15.11.2021).

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Меркульева В. К.

*Отдел развития туризма управления Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности
просп. Ленина, 41, 656049, г. Барнаул, Алтайский край, Российская Федерация, mvk@alttur22.ru*

Рассмотрен положительный опыт организации сельского туризма в Алтайском крае на основе статистических данных. Уделено особое внимание важности реализации проектов по продвижению сельского туризма и проведению обучающих мероприятий. Дан обзор успешных примеров деятельности гостевых домов в Алтайском крае.

Ключевые слова: сельский туризм; Алтайский край; продвижение; гостевые дома.

RURAL TOURISM IN ALTAI REGION

Merkulyeva V. K.