

ПРЕДПОСЫЛКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КРАФТОВОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

В. В. Барановская¹⁾, Д. В. Барановская²⁾

¹⁾ *Главный специалист управления по образованию администрации Ленинского района г. Бреста, ул. Ленина 11, 224005, г. Брест, Республика Беларусь, valintour@mail.ru*

²⁾ *Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, valintour@mail.ru*

В статье рассматриваются результаты проведенного методом анкетирования исследования, на основе которого раскрыто понятие крафтового туризма, перечислены предпосылки его появления. Авторы статьи формулируют отличительные особенности крафтового туризма, обозначают проблемы организации и потребления крафтовых туристических услуг, перспективы развития крафтового туризма в Беларуси.

Ключевые слова: крафтовый туризм; нестандартный продукт; уникальность; авторские программы; интерпретация; потребности туристов.

PREREQUISITES AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF CRAFT TOURISM IN BELARUS

V. V. Baranovskaya¹⁾, D. V. Baranovskaya²⁾

¹⁾ *Chief Specialist of the Department of Education of the Administration of the Leninsky district of Brest, Lenin str. 11, 224005, Brest, Republic of Belarus, valintour@mail.ru*

²⁾ *Belarusian State University, Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, valintour@mail.ru*

The article examines the processes of changes in the organization of tourist services, justified by new consumer habits and needs. The authors of the article formulate the distinctive features of craft tourism, as well as identify the problems of organizing and consuming craft tourism services, the prospects for the development and importance of craft tourism for Belarus are considered.

Keywords: craft tourism; non-standard product; uniqueness; author's programs; interpretation; tourist needs.

В XIX веке в мире случился активный переход от ручного производства к машинному, от мануфактуры к фабрике, произошла промышленная революция. Она, кроме положительных экономических и социальных эффектов, сопровождалась быстрой урбанизацией, развитием универсальности, однообразия, а также ухудшением экологии. Несмотря на то, что машины облегчили труд людей, улучшили качество жизни, снизили цены на товары народного потребления, они не смогли заменить человека в

индивидуальном к нему подходе, обеспечить потребности людей в общении друг с другом, в связи поколений, передаче культурных ценностей через товары и услуги.

В настоящее время возникают предпосылки обратных процессов.

В начале XXI века мир достиг пика культуры потребления, обезличенности производства и сервиса. Люди стали чаще задумываться о том, что они потребляют, как это удовлетворяет их личные потребности. Человека заинтересовали продукты и услуги со смыслом, которых не может дать масс-маркет, а также рациональная, зелёная экономика. Так начали появляться крафтовые продукты, в том числе ремесленные, услуги.

Такая тенденция не обошла и сферу туризма. Активные туристы, насытившись брендовыми туристическими объектами, ищут способы изучить особенности той или иной дестинации более подробно: через ремесло и кухню, через быт и традиции, через общение.

На крафт нужно смотреть как на философию, на движение, захватившее практически все категории товаров и услуг. Люди хотят жить в масштабируемом мире, вместе с тем подчеркивать свою индивидуальность, и крафт (эксклюзивность, уникальность) дает такие возможности.

Крафт интересен еще и тем, что развивается благодаря встречному движению производителя и потребителя, когда оба разделяют эту философию. Производитель делает свой продукт из побуждений самореализации, а потребитель ищет что-то свое, особенное, местное, сомасштабное [1].

Для изучения темы развития крафтового туризма в Беларуси авторы провели опрос среди разных категорий взрослого населения (рис. 1).

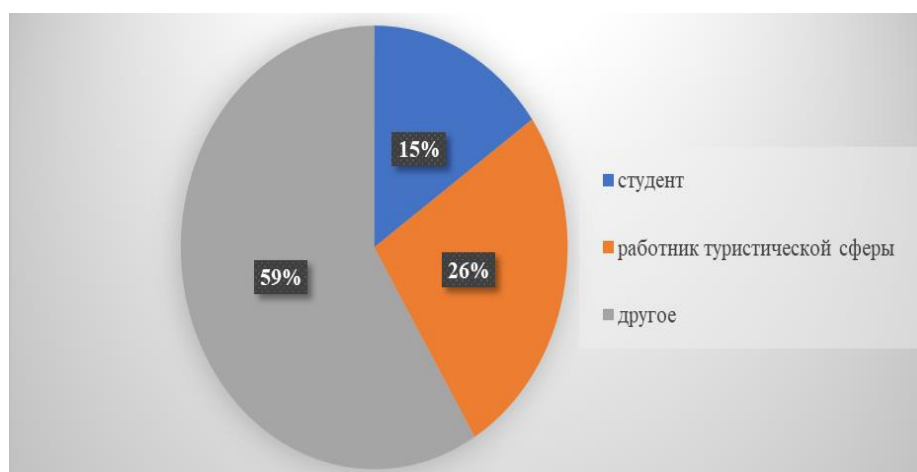


Рис. 1. Состав анкетированной аудитории

Слово «craft» многозначное. Произнося его, люди нередко вкладывают в него разные смыслы. Однако, 35% опрошенных на вопрос, как они

понимают крафтовый туризм, ответили близко к значению, которое вкладывают авторы в это понятие (рис. 2).

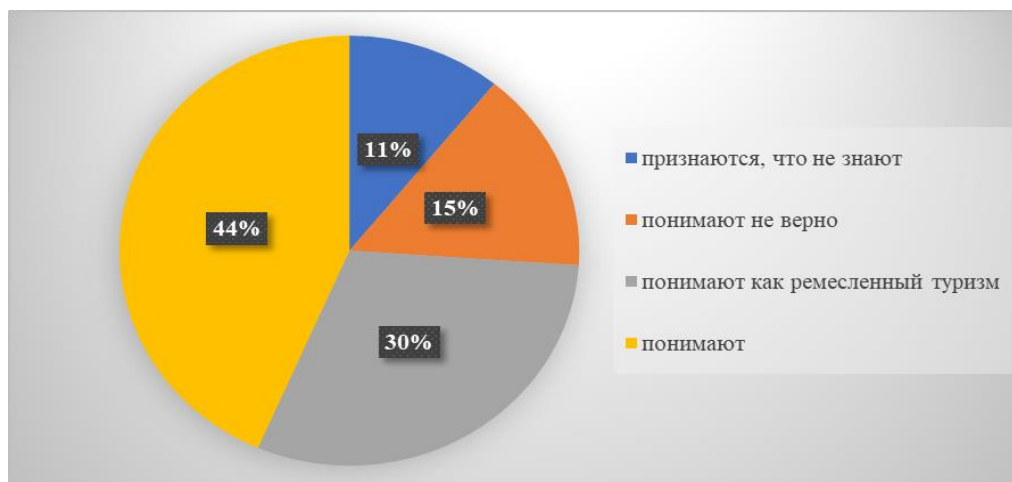


Рис. 2. Восприятие респондентами понятия «крафтовый туризм»

Таким образом, понятие «крафтовый туризм» можно изложить формулировками из анкеты:

- «авторские программы/места/события для небольших компаний или индивидуальных туристов. Крафтовый – уникальный, отражающий особую специфику, не массовый»;
- «уникальный, неповторимый, нигде более, чем в этом месте»;
- «личный подход в организации туруслуг, плюс ярко выраженная индивидуальность создателя турпродукта»;
- «придуманый самим и не похожий на остальные»;
- «туристические продукты, разработанные по индивидуальному заказу на базе нестандартных элементов»;
- «путешествие малыми группами по нестандартным интересным местам в различных местностях»;
- «туризм в определённом регионе с глубоким погружением в его культуру, традиции, обычаи и т.д.».

Вывод: крафтовые туры – это «туры ручной работы».

Вместе с тем результаты анкеты показывают, что 35% респондентов отождествляют крафтовый туризм только с посещением ремесленных производств и участием в мастер-классах (рис. 2). Авторы статьи предлагают считать туризм, связанный с ремесленничеством, одной из форм крафтового туризма.

Рассмотрим предпосылки распространения крафтового туризма в Беларуси.

Во-первых, назрела потребность нивелировать негативные тенденции глобализации и урбанизации путём сохранения национальной

самобытности, культурного и духовного наследия. В традиционной белорусской семье передача ценностей, традиций происходила из поколения в поколение естественным путём. Сейчас, когда этот процесс нарушен, крафтовый туризм может выступать одним из инструментов связи поколений. Молодые люди, выросшие в городах, проявляют заинтересованность в том, чтобы не утратить эту связь.

Во-вторых, развитие агротуризма, туристских возможностей в малых городах, ремесленничества создало базовую инфраструктуру для создания крафтовых маршрутов. Местные экскурсоводы, краеведы, субъекты агротуризма, ремесленники и т.д. готовы к новому веянию развития, им не хватает потребителя.

В-третьих, ограничение туристской мобильности, связанное с пандемией и закрытыми границами, подтолкнуло любителей путешествовать к изучению местного туристского потенциала, к активному отдыху или релаксу в местных условиях. Такие потребности нужно удовлетворять нестандартным продуктом. Желание индивидуального подхода подтверждают ответы респондентов, которые отражены диаграмме (рис. 3).



Рис. 3. «Посещая новую местность Вы предпочтете:»

В-четвёртых, в регионах Беларуси нет достаточного спроса для регулярного формирования сборных групп по основным белорусским туристическим направлениям. Однако, популярны корпоративные и школьные поездки, поездки небольшими компаниями. Таких заказчиков всё чаще интересуют новые программы и направления, что также можно считать зарождением крафтового туризма.

Перечислим особенности крафтового турпродукта:

- небольшой состав, от 1 туриста, когда можно учесть индивидуальные пожелания каждого;

- возможность посещения мест/организация программ, недоступных для больших групп и не предлагаемых в стандартных туристских программах;
- мастерство, самореализация автора турпродукта, отражающееся в программе;
- высокое качество, профессионализм (крафтовый – не значит кустарный);
- тесное взаимодействие создателя и потребителя турпродукта;
- уникальность темы турпродукта (экспедиция, посещение событийного мероприятия, природного явления, происходящего в определённое время), особый смысл или отдельный сюжет;
- вовлечение туриста в деятельность на маршруте (например, управление речным паромом на экологической тропе, замешивание теста во время мастер-класса по приготовлению хлеба, прохождение квеста);
- отсутствие «ширпотреба»;
- в крафтовых турах может быть объединено несочетаемое для массового туризма (например, пешеходный, велосипедный и байдарочный маршруты объединены и составляют один маршрут).

На вопрос анкеты: «Назовите примеры крафтового туризма» только единицы называли конкретный турпродукт. Большинство же ответов созвучны с описанием главных особенностей крафтового турпродукта. Приведём несколько примеров:

- «Поехать в забытую богом глушь, в деревню, где живут пару семей, ведут хозяйство, сами выращивают еду, делают предметы быта и одежды своими руками»;
- «Тур по гончарным мастерским, по пекарням, по винным фермам и так далее. Главное условие – турист должен иметь возможность попробовать себя в роли работника этих мест»;
- «Какой-то элитный?»;
- «Что-то колоритное, самобытное»;
- «Связанный с народным творчеством, где-то авторский, специфический»;
- «Квест в замке, полоса препятствий в деревне-лесу, квест в городе по туристическим точкам».

Какова перспектива развития крафтового туризма в Беларуси?

Здесь нужно сказать, что белорусы в последнее время проявляют повышенный интерес к национальной истории и культуре, к изучению наследия, что сказывается на росте популярности индивидуальных и эксклюзивных туров и экскурсий по своей стране, поиску новых форм получения впечатлений. Национальная идентичность и самосознание становятся контекстом современного туризма.

Далее, как упоминалось выше, многие агроусадьбы, субъекты туристского бизнеса, ремесленники предлагают уникальный продукт и готовы к сотрудничеству в создании эксклюзивных программ. В Беларуси намечалась тенденция к созданию туристских кластеров, что должно содействовать формированию качественных туристских продуктов, а также заинтересованности туристов.

Новый Закон Республики Беларусь «О туризме» предусматривает повсеместную деятельность в Беларуси туристско-информационных центров [7]. Появление туристско-информационных центров в малых городах стимулирует развитие нестандартных туров, взаимодействие поставщиков и потребителей туристических услуг.

Авторы считают важным включение крафтовых аспектов в проектирование образовательных экскурсий. Туризм является мощным фактором повышения эффективности обучения, экскурсии рекомендуется включать в образовательный процесс и внеклассную работу. Зачастую учителя сами проводят такие экскурсии, не всегда обладая необходимыми умениями и навыками.

Крафтовые туристические продукты, сделанные в соответствии с образовательными программами, будут востребованы. К тому же, юных туристов безусловно увлекает нестандартный подход, практические, а не академические формы. Функция таких экскурсий – не только профориентационная и информационно-просветительская, но и мировоззренческая.

Крафтовые элементы можно вставлять в классические (групповые) туры, стандартизированные программы. Например, становится популярным включение в такие программы ремесленных мастер-классов, посещение ремесленных выставок-ярмарок с покупкой сувениров, экскурсии по агроусадьбам и экологическим тропам, дегустации крафтовой продукции.

Анализ ответов на вопрос проводимой анкеты свидетельствует, что 89 % респондентов убеждены в перспективности крафтового туризма в нашей стране. Свою позицию участники анкетирования подтверждают следующими аргументами: так как потребитель становится более образованный и самоорганизованный, требуются новые, современные, гибкие варианты туристических услуг; привычные подходы и клише предсказуемы и часто кажутся скучными, а нестандартный продукт – это всегда что-то новое и не приевшееся, что интересно людям; в настоящее время ценится всё натуральное и сделанное своими руками «с душой»; создаст новые пути для развития и популяризации туризма в целом; общемировая тенденция.

Часть опрошенных выразили сомнения в перспективности крафтового туризма в Беларуси. Действительно, при создании крафтовых программ возникают проблемы, касающиеся развития белорусского внутреннего туризма в целом.

Во-первых, крафтовость предполагает высокую стоимость, а средне-статистический житель Беларуси не привык либо не имеет возможности тратить большие суммы на туризм внутри страны.

Во-вторых, необходимо признать, что в Беларуси довольно невысокий уровень крафтовости для создания качественного турпродукта такого рода. Вместе с тем это и является «непаханным полем», возделывание которого имеет перспективы.

В-третьих, при формировании крафтовых программ нельзя обострять проблему замещения аутентичности коммерциализированным вымыслом. С потребителем необходимо разговаривать искренним языком, качественно организовывая процесс интерпретации наследия. Развитие крафтового туризма может также столкнуться с проблемой нехватки специалистов, так как качественная организация крафтового продукта основывается на грамотности и опыте.

В-четвёртых, сдерживает развитие внутреннего туризма факт того, что большинство музеев, домов ремёсел в малых городах и агрогородках ограничено работают в вечернее время, в выходные и праздничные дни, когда активизируется туристический поток.

Тем не менее, значением крафтового туризма станет удовлетворение познавательных и развлекательных потребностей туристов, деликатное открытие и сохранение уникальности, самобытности, аутентичности дестинаций. Развитие крафтового туризма поможет не допустить усреднения традиционной культуры, вытеснения традиционных ценностей из общественной жизни белорусов.

Глубокое знакомство белорусов с туристическим потенциалом своей страны послужит более качественному приёму иностранных туристов. Местное население должно почувствовать реальную цену и ценность своего туристического потенциала.

Очевидно экономическое значение крафтового туризма: доходы от услуг и приобретаемых туристами товаров местного производства; повышение спроса на сувенирные изделия местных ремёсел (вытеснение китайских товаров); стимулирование предпринимательской активности местного населения, создание и сохранение рабочих мест.

В рекомендациях по развитию туризма в Беларуси часто звучат отсылки к зарубежному опыту. Крафтовость в туризме же предполагает современную интерпретацию белорусской самобытности, уникальный туристский продукт, построенный не на копировании, а на взаимодействии туриста и создателя туристского предложения. Такой турпродукт заинтересует и местного, и иностранного потребителя.

Библиографические ссылки

1. Анна Луканина: «Крафт – это когда маркетолог не врет!» [Электронный ресурс] // Отраслевой портал Unipack.Ru. – URL: <https://news.unipack.ru/68637/> (дата обращения: 14.11.2022).
2. Гайдукевич Л. М. Развитие внутреннего туризма в Республике Беларусь в пост-пандемийный период / Л. М. Гайдукевич // Материалы первой международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты», г. Минск, 28 сентября 2021 г. / [редколлегия: М. П. Портной (председатель) и др.]. Минск, 2021. С. 27-32.
3. Интерпретация наследия в туризме. Новые подходы в эпоху экономики впечатлений / В. А. Клицунова. 2-е изд. Минск: Четыре четверти, 2021. 220 с.
4. Конституция Республики Беларусь 1994 года: с изм. И доп., принятыми на респ. Референдумах 24 нояб. 1996 г., 17 окт. 2004 г. и 27 фев. 2022 [Электронный ресурс] // Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь. URL: <https://president.gov.by/ru/gosudarstvo/constitution> (дата обращения: 12.11.2022).
5. Крафтовые туры в мини-группах [Электронный ресурс] // Vedit Group. URL: https://www.veditour.ru/hotspo/author_tours (дата обращения: 14.11.2022).
6. Методические рекомендации по организации и проведению экскурсий для учащихся X-XI классов учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования, в рамках изучения учебных предметов, предусмотренных типовыми учебными планами общего среднего образования [Электронный ресурс] / Национальный образовательный портал Республики Беларусь. URL: <https://www.adu.by/ru/homepage/obrazovatelnyj-protsess-2021-2022-uchebnyj-god/obshchee-srednee-obrazovanie-2021-2022/3781-metodicheskie-rekomendatsii.html> (дата обращения: 14.11.2022).
7. О туризме: Закон Респ. Беларусь от 11 нояб. 2021 г. № 129-3 [Электронный ресурс] / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12100129&p1=1&p5=0> (дата обращения: 14.11.2022).
8. Траскевич А. Г. Концепции (де)роста и резильентности для преодоления негативных воздействий туризма в условиях пандемии / А. Г. Траскевич, М. Фонтанари // Материалы первой международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты», г. Минск, 28 сентября 2021 г. / [редколлегия: М. П. Портной (председатель) и др.]. Минск, 2021. С. 233-40.
9. The craft sector in tourism [Electronic resource] // Association of Caribbean States. URL: <http://www.acs-aec.org/index.php?q=sustainable-tourism/the-craft-sector-in-tourism> (date of access: 29.07.2022).