

РОЛЬ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА: ГЛОБАЛЬНЫЙ, НАЦИОНАЛЬНЫЙ И ЛОКАЛЬНЫЙ УРОВНИ

В. А. Клицунова

*Global Agritourism Network, www.globalagritourismnetwork.org,
lera.greenbelarus@gmail.com*

В статье дается анализ деятельности некоммерческих организаций в сфере сельского туризма разных уровней - глобального, национального и локального. Показана особая роль этих организаций в объединении сельских жителей для занятия туризмом, защиты их интересов, обучении, формировании стандартов качества, создании туристического продукта и продвижении его на национальном и международном рынках, а также во внедрении инноваций и креативных подходов устойчивого развития на основе принципа «думай глобально - действуй локально».

Ключевые слова: сельский туризм; некоммерческие организации; Глобальная сеть агротуризма (Global Agritourism Network); национальные ассоциации сельского туризма.

THE ROLE OF NON-PROFIT ORGANIZATIONS IN THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM: GLOBAL, NATIONAL AND LOCAL LEVELS

V. A. Klitsounova

*Global Agritourism Network, www.globalagritourismnetwork.org,
lera.greenbelarus@gmail.com*

The article analyzes the activities of non-profit organizations in the field of rural tourism at different levels - global, national and local. Their special role is shown in uniting rural residents and engaging them in tourism, lobbying their interests, education, setting quality standards, creating a tourist product and promoting it on national and international markets, as well as in introducing innovations and creative approaches to sustainable development based on the principle of "think globally - act locally".

Keywords: rural tourism; non-profit organizations; Global Agritourism Network; national associations of rural tourism.

Сельский туризм - особый вид туризма, который отвечает современным приоритетам общества: устойчивое развитие, сохранение наследия, поддержка местных инициатив и стартапов, формирование экологического сознания населения и зеленая экономика.

По своей природе он гетерогенен, затрагивает разные виды деятельности, разные сферы жизни - сельский образ жизни, сельскую природу, культурно-материальное наследие в сельской местности, а также досуг и разные виды активностей. Помимо этого, участники этого процесса - провайдеры сельского туризма - географически разбросаны и независимы. Все это делает процесс управления сельским туризмом, его координацию и развитие достаточно сложным. Традиционная иерархическая управленческая структура здесь не подойдёт. Нужны более гибкие формы, такие как сетевые горизонтальные объединения. Прежде всего это различные некоммерческие негосударственные структуры, объединяющие людей, занимающихся схожим видом деятельности.

Некоммерческая организация в сфере сельского туризма глобального уровня была создана относительно недавно. Это – Глобальная сеть агротуризма (ГАН) – Global Agritourism Network (GAN). Этому предшествовал довольно длительный процесс формирования партнёрства и коллабораций, проведения совместных международных конференций и других мероприятий.

Так в ноябре 2018 года прошел 1-ый мировой конгресс по агротуризму в Больцано (Италия) на базе Европейской академии (Eurac Reserch). Именно там коллеги с разных континентов начали обсуждать идею объединения компетенций, знаний и практического опыта в сфере агротуризма «под одной крышей». В сентябре 2022 года во время Международного семинара в Вермонте, США за идею создания подобной организации проголосовали все страны-участники. И как итог 11 апреля 2023 года было официально объявлено о создании глобальной сети агротуризма (Global Agritourism Network) во время онлайн встречи, в которой участвовали представители всех континентов.

Организация быстро развивается и уже охватывает около 900 членов из 90 стран. Уникальность этой сети состоит в том, что она объединяет представителей разных сфер деятельности, связанных с развитием туризма в сельской местности - провайдеров агротуризма, представителей близких бизнесов, исследователей и преподавателей университетов, представителей туристических агентств, местных властей, маркетинговых организаций и т.д. Это - мировая площадка для обмена опытом, которая имеет уже свой сайт www.globalagritourismnetwork.org, раз в два года проводится мировая конференция по агротуризму (следующая - в 2026 году в Шотландии), систематически организуются и публикуются вебинары, на которых представляется лучший опыт и обсуждаются новейшие тенденции.

В организации сформированы комитеты по регионам - Восточная Европа, Западная Европа, Северная Америка, Южная Америка, Центральная

Америка и Карибские страны, Австралия и Новая Зеландия, Восточная и Юго-восточная Азия, Центральная, Западная, Южная и Восточная Африка, Океания. Также имеются и тематические комитеты - научно-исследовательский, образовательный, по коммуникациям, финансовый, по стандартам и качеству, по организации конференций и других ивентов. Все это позволяет объединять различные регионы по всему миру и совершенствовать методологические вопросы. Беларусь активно участвует в жизни Глобальной сети агротуризма, делится своим опытом и изучает мировой. Предполагается, что ГАН может стать своеобразной Всемирной туристической организацией (ЮНВТО) для сельского туризма.

Некоммерческие организации национального уровня играют ключевую роль в процессе развития сельского туризма в отдельно взятых странах. Они возникают по схеме «снизу вверх». Это всегда прежде всего инициатива людей, которые разделяют общие взгляды и ценности, общие цели, и объединяются по сетевому принципу. В итоге они создают национальное объединение, которое позволяет им продвигать и защищать свои интересы, формировать положительное общественное мнение, создавать национальный турпродукт, повышать его привлекательность за счет инноваций и высоких стандартов качества, и как итог, развивать социально-экономический потенциал сельской местности.

Беларусь стала одной из последних европейских стран, развивающих сельский туризм. Но мы, используя мировой опыт, учитывая сделанные другими ошибки, опираясь на инновационные подходы и принципы устойчивого развития, смогли создать свой популярный турпродукт «Отдых в белорусской деревне».

Большинство стран, развивающих сельский туризм, имеют свои национальные ассоциации. Таблица 1 дает представление о том, как этот процесс развивался в постсоциалистических и постсоветских странах.

Анализ деятельности ассоциаций сельского туризма, и прежде всего, западноевропейских стран, позволяет сделать следующие выводы:

1. Правовая легализация сельского туризма и налоговые льготы придают его развитию взрывной характер. Ассоциации сельского туризма вместе с представителями власти могут инициировать изменения в законе, которые дают определенные привилегии этой категории сельских жителей. Это увеличивает количество официально зарегистрированных провайдеров сельского туризма, повышает качество обслуживания и создает честную конкурентную среду.

2. Регулирование сельского туризма в стране должно осуществляться на национальном уровне. Это особенно важно для стран с сильными автономиями для избежание смешения понятий и разночтений и введение в заблуждение потребителей.

Таблица 1

**Национальные ассоциации сельского туризма в постсоветских и
постсоциалистических странах**

Название организации и год основания	Логотип
Латвийская Ассоциация Сельского Туризма “Lauku Celotājs”, 1993.	
Польская Федерация Сельского Туризма “Guest Farms”, 1996.	
Союз Продвижение Сельского Зеленого Туризма Украины, 1996.	
Ассоциация Фермерского Туризма Словении, 1997.	
Литовская Ассоциация Сельского Туризма, 1997.	
Национальная Ассоциация Сельского Экологического и Культурного Туризма в Молдове, 2000.	
Белорусская Ассоциация Агро- и Экотуризма «Отдых в деревне», 2002 - 2023	
Эстонская Ассоциация Сельского Туризма Eesti Maaturism, 2002.	
Сельский Тур - Европейская Федерация Сельского Туризма, 2004.	
Национальная Ассоциация Сельского и Экотуризма России, 2013.	
Казахская Ассоциация Агро- и Сельского Туризма, 2019.	
Ассоциация Агротуризма Албании, 2022.	
Азербайджанская Ассоциация Сельского Туризма, 2023.	

3. Создание ассоциации на ранней стадии ускоряет развитие сельского туризма, при этом роль ассоциаций является решающей в процессе формирования правовых льгот и благоприятного общественного мнения.

4. Успех и надежность инициатив в сельском туризме зависят во многом от их бизнес-ориентации. Наиболее успешные хозяева усадеб фокусируют свое внимание на том, за что туристы готовы платить. Создание собственного бренда - очень эффективный механизм для быстрого развития этого вида туризма.

5. «Человеческий фактор» - основа сельского туризма, поэтому обучению и воспитанию персонала следует уделять самое пристальное внимание. Именно постоянный контакт и человеческое общение привлекают в этом виде туризма. А для того, чтобы удовлетворять постоянно растущие и меняющиеся потребности обслуживающий персонал должен много и постоянно трудиться.

Опыт создания и деятельности Белорусского общественного объединения «Отдых в деревне» доказывает справедливость данных утверждений. Организация была создана в 2002 году и за время своей деятельности достигла весьма значительных успехов. Ей удалось сформировать сильную и сплоченную команду единомышленников. За 20 лет деятельности в стране появилось более 3000 усадеб, работающих быстро, эффективно и творчески (таблица 2).

Таблица 2

Динамика развития агроусадьб в Беларуси

Область	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Брестская	4	32	75	124	151	178	199	253	296	346	343	368	388	423	434	462	429
Витебская	5	50	157	222	322	359	401	449	502	605	606	609	601	647	670	732	699
Гомельская	5	11	31	60	131	332	358	289	228	196	180	161	156	171	182	206	188
Гродненская	11	33	70	181	180	185	229	246	281	303	324	327	356	399	433	455	447
Минская	7	48	125	214	255	304	412	482	541	597	639	662	763	891	972	1054	1056
Могилевская	2	14	16	75	208	218	176	162	189	216	187	192	209	229	245	245	224
Всего	34	188	474	884	1247	1576	1775	1881	2037	2263	2279	2317	2473	2760	2936	3150	3043

Источник: [2].

Деятельность некоммерческих организаций сельского туризма локального уровня чрезвычайно важна. Они работают на «линии соприкосновения» с туристами, формируют их впечатления и, соответственно, имидж места.

В качестве примера хочется использовать польский опыт. В Польше существует сеть очень креативных локальных объединений - тематические деревни (более 50). Идея их создания пришла из Австрии и Германии.

Одна из таких деревень, весьма популярная и по замыслу, и по доступности затрат - «Деревня лабиринтов», созданная в 2005 - 2007 годах в районе Западной Померании на базе фермерского хозяйства при поддержке 10 сельских жителей. С 2012 года ей был присвоен статус «образовательная ферма», который в Польше весьма востребован.

Гостям этой тематической деревни предлагаются различные образовательные и развлекательные программы, командных работ, различные тематические семинары. Теперь это объединение привлекает 10000 - 14000 посетителей в год и получает около 100000 евро в год. Большая часть этой суммы тратится на развитие идеи и популяризацию своего турпродукта.

Достойна особого внимания и «Деревня хоббитов», основанная в 2005 году и вдохновленная творчеством Толкина. Эта локальная инициатива объединяет около 250 жителей окрестных деревень. Здесь создано общественное объединение, разработаны различные по продолжительности и по затратности сценарии и программы для гостей. В обслуживании участников программ иногда занято до 50 местных жителей в своеобразных ролевых играх, которые могут быть нацелены на взрослых и детей.

Средний годовой доход «Деревни хоббитов» составляет 85000 евро. Здесь принимают 10000 - 13000 туристов в год. Помимо заработанных денег деревня развивается за счет инвесторов, различных польских фондов и программ Евросоюза.

В качестве примеров некоммерческих организаций сельского туризма локального уровня в Беларуси стоит упомянуть различные зеленые маршруты, кластеры, кооперативы, фонды и т.п. Они, как правило, называются в соответствии с локальным туристическим маршрутом - «Воложинские гостинцы», «Велесау шлях», «Мухавецка кумора» и т.д.

«Воложинские гостинцы» — это пример долгосрочного сотрудничества сельских жителей района и их партнеров, которые развивали туристические маршруты разных тематических направленностей за счет местных инвестиций, донорских программ и поддержки местных властей. Рисунок демонстрирует творческое разнообразие этого туристического продукта, где сочетаются и отдых в усадьбах, и веломаршруты, и экотропы, и ремесла, и фольклор, и фермерство, и различные праздники. Именно в

этом районе многие услуги адаптированы для нужд людей с особенностями.



Туристический кластер «Воложинские гостинцы»

Особенности локальных инициатив состоят в том, что они могут развиваться за счет самофинансирования, при этом деятельность и вклад участников очевидны, а цель у всех одна – развитие местных территорий, местных сообществ, привлечение туристов и развитие национального самосознания. Именно это обуславливает их успех.

В заключении хочется обобщить сказанное и подчеркнуть, что некоммерческие организации в сфере сельского развития являются наиболее эффективными инструментами его развития на всех уровнях. 1. Они помогают соединять людей, занимающихся схожим бизнесом, и придают небывалое ускорение процессу развития.

2. Эти организации обладают способностью к саморегулированию. Они разрабатывают стандарты, контролируют качество своих услуг, обучают, привносят новые идеи, привлекают туристов и формируют позитивное общественное мнение.

3. Эти организации являются проводниками инноваций и лучших практик. Они - источник коллабораций, сотрудничества и обмена опытом.

4. Эти модели работают на всех уровнях не зависимо от размера дестинации и состава участников.

5. Высшая форма некоммерческих объединений - глобальная, которая основывается на девизе «Думай глобально - действуй локально!» и отвечает принципам «глокальной экономики» (соединению двух понятий «глобальный» и «локальный»). Эти принципы реализуются на разных континентах. Организация создана недавно и называется Глобальная сеть агротуризма – Global Agritourism Network.

Библиографические ссылки

1. *Слокум С.Л., Клицунова В.А.* Развитие туризма в постсоветских странах. Пэлгрейв Макмиллан. 2020. 218 с.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь (Белстат). Туризм и туристские ресурсы в Республике Беларусь, статистический сборник, Минск, Беларусь. 2022
3. *Пайн, Дж. И Гилмор, Дж. Х.* Добро пожаловать в экономику впечатлений. 1998. URL: <https://hbr.com/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> (дата обращения: 16.11.2023).