

# **Сохранение и развитие сельских поселений через организацию туристической деятельности**

**(методические рекомендации)**



**Москва 2016**

**Автор:**  
**Н.П.Андреева**, кандидат экономических наук

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

## 1. Введение

В настоящее время сельские поселения многих стран мира сталкиваются с проблемой поиска деятельности, приносящей доход и формирующей занятость для крестьян, освобождающихся из аграрного сектора в связи с его модернизацией и интенсификацией. Сельское хозяйство России по-прежнему остается основной сферой приложения труда на селе в большинстве административных районов, и сельскую экономику можно характеризовать как моноотраслевую. Такая ситуация обусловлена низким уровнем производительности труда в отрасли (по различным оценкам в 8-10 раз ниже по сравнению с наиболее развитыми странами), рост которой сдерживается не только инвестиционно-технологическими факторами, но и неразвитостью на селе альтернативной сферы, призванной абсорбировать избыточную рабочую силу, высвобождаемую из аграрного производства.

Молодые люди, в частности, уезжают из сельских районов из-за отсутствия возможностей трудоустройства. В то же время, массу сельских жителей, испытывающих потребность в трудоустройстве, но отчаявшихся найти работу и активно ее не ищущих, органы статистики не считают безработными и относят к так называемому экономически неактивному населению. Поэтому официальный показатель общей сельской безработицы составляет только 9-10%. Начавшийся процесс диверсификации отраслевой структуры рабочих мест на селе требует формирования новых эффективных механизмов, способных предотвратить рост реальной безработицы населения, высвобождаемого из сельского хозяйства в результате увеличения производительности труда.

Традиционная сельская экономика не предлагает достаточные и альтернативные возможности для трудоустройства и главы сельских поселений ведут поиск новых источников улучшения финансового положения, так как отсутствие доходов ведет к социальным проблемам. Сельский туризм, обладающий мультипликативным характером развития деятельности, выбирается все большим числом сельских поселений как возможность решить проблему диверсификации сельской экономики на основе местного потенциала. Россия обладает уникальными природно-климатическими и культурно-историческими особенностями, позволяющими развивать практически все популярные виды туризма, одним из которых является сельский туризм. Надо отметить, что развитию сельского туризма в России способствует и ухудшение экологической и психологической обстановки в крупных городах и городские жители стремятся отдыхать на экологически благоприятных территориях. Наблюдается возрождение интереса к элементам традиционной народной культуры: образцам народной архитектуры, кухни, ремеслам, фольклору, посещению российской глубинки как элемент ностальгии по крестьянской общности, стремление к расширению сферы общения. В предпринимательской среде выросла

конкуренция в традиционных сферах инвестиции на селе и идет поиск новых сфер и объектов инвестирования.

Сельский туризм является не просто отраслью туристической индустрии, но выполняет следующие важные социально-экономические функции: создание привлекательных рабочих мест, в том числе для сельской молодежи и женщин; обустройство сельских территорий; комплексное использование природных и культурных потенциалов сельских территорий. Развитие сельского туризма напрямую содействует повышению привлекательности проживания в сельской местности. Доля сельского туризма в России пока невелика и на сегодняшний день, по данным Ростуризма, составляет 1,5 - 2 процента, хотя в России есть все предпосылки для развития этого вида туризма.

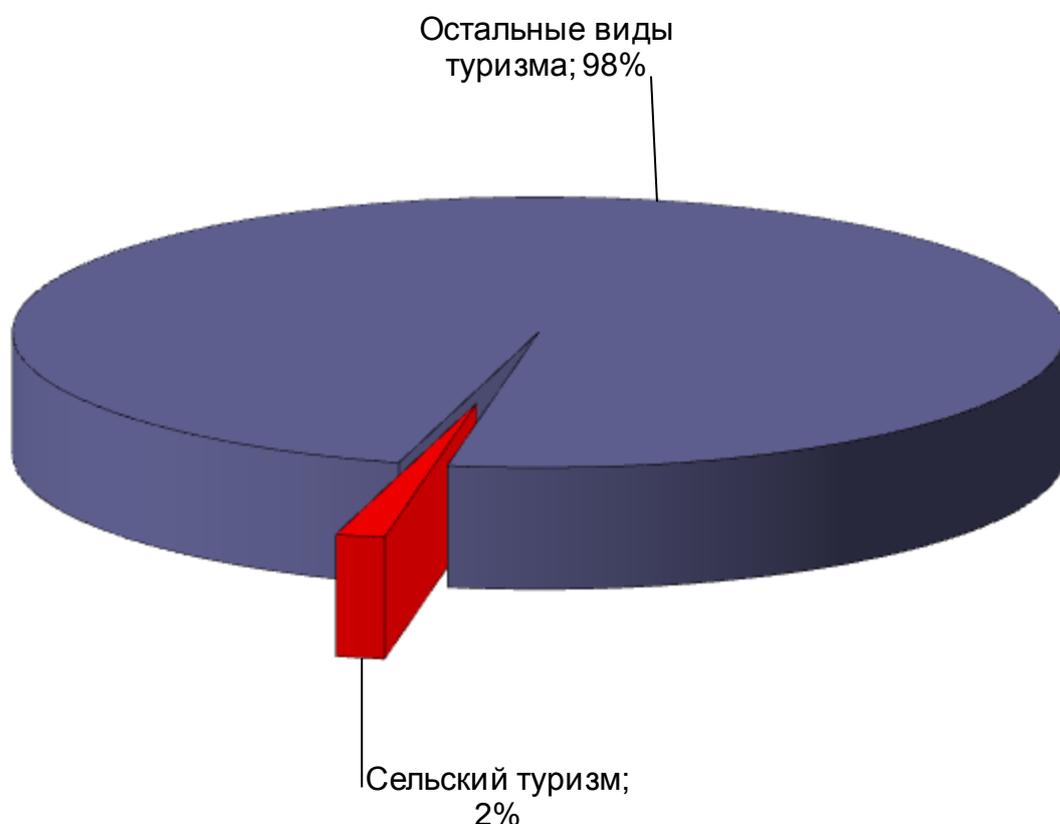


Диаграмма 1. Доля сельского туризма в туристическом секторе России.

Сельский туризм не является совершенно новым видом деятельности. Интерес к сельскому поселению, как местности отдыха появилось еще в девятнадцатом веке как реакция на стресс и расширение промышленных

городов. Новые железнодорожные компании капитализировались на заинтересованности транспортировки туристов в сельскую местность. Альпы и американские и канадские Скалистые горы были ранними центрами сельского туризма. Новый сельский туризм 1970-х, 80-х и 90-х годов, однако, отличается от первоначального. Во-первых, туристов стало намного больше, во-вторых, автомобильный транспорт вытеснил железнодорожный и позволяет посетить регионы далеко за пределами рельсовых дорог. Наиболее то, что сельский туризм стал конкурентноспособным и привлек туристов из крупных и специализированных курортов в небольшие города и деревни, с живописным пейзажем. Рост сельского туризма трудно оценить количественно, так как многие страны не отделяют чисто сельский от других форм туризма. Тем не менее, большинство национальных туристских ассоциаций согласны с тем, что прирост сектора сельского туризма за последние десятилетия составляет от 20 до 40%.

Сельский туризм является относительно новым и перспективным направлением, позволяющим горожанам приобщиться к традиционному укладу жизни сельских жителей. Суть данного вида туризма заключается в отдыхе в сельской местности, где всё организационное обеспечение проживания туристов (в том числе питание, досуг, обслуживание и др.) берёт на себя принимающая семья. Сельский туризм представляет возможности отдыха для тех, кто по каким-либо причинам иные виды туризма позволить себе не может. Его привлекательными чертами являются чистый воздух, домашняя атмосфера, нетронутая природа, натуральные продукты, тишина и неторопливый быт.

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

Лидерами в организации сельского туризма являются: Иркутская область, Калужская область, Алтайском край, Владимирская, Вологодская, Ивановская, Новгородская, Архангельская. Ленинградская, Псковская, Самарская, Тверская, Тульская, Ярославская, Пензенская области, Республики Карелия и Чувашия, Калининградская область, Подмосковье и окрестности Санкт-Петербурга. Перспективными направлениями развития сельского туризма являются Сибирь и Дальний Восток, а также все регионы Центрального федерального округа, учитывая степень развития инфраструктуры в этой части страны. Развитие сельского туризма между Москвой и Санкт-Петербургом может иметь большое будущее. Наличие большого числа покинутых и разрушенных деревень говорит о большой инвестиционной привлекательности региона, ведь эти земли так и остались поселковыми и в них значительно проще разместить этнографические деревни — гостевые комплексы.



Село Вятское Ярославской области

***Социально-экономическая значимость сельского туризма:***

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

***Сельский туризм способствует:***

- Сохранению малых населенных пунктов (сельского быта);
- Улучшению условий жизни сельского населения;
- Повышению жизненного уровня сельских жителей;
- Закреплению молодежи на селе;
- Стимулированию изучения народных обычаев и обрядов;
- Возрождению и пропаганде традиционных ценностей и образа жизни;

- Развитию народных промыслов;
- Сохранению культурного экологического и исторического наследия региона.

По оценкам Всемирной туристической организации, емкость въездного туристического рынка в России при соответствующем уровне развития туристической инфраструктуры составляет примерно 40 млн туристов.

Можно предположить, что 10% (а это 4 млн человек) потенциальной массы зарубежных туристов будет отдыхать в сельской местности. При этом выручка хозяев гостевых домов составит 1 млрд долл., а поступления в консолидированный бюджет страны от деятельности по обслуживанию иностранных агротуристов – 60 млн долл. Кроме того, учитывая, что, по оценкам экспертов, каждый иностранный турист тратит за время тура дополнительно в среднем 1 тыс. долл., за счет въездного агротуризма можно привлечь в страну в расчете на год дополнительно 4 млрд долл.

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

И хотя сельский туризм в России имеет хорошие перспективы, сегодня в этой сфере существует ряд проблем. Среди них можно выделить основные: недостаточность поддержки сельского туризма как отрасли экономики; отсутствие комплексного подхода к развитию туристского потенциала; недостаточность развития нормативно-законодательной базы; отсутствие эффективного механизма управления; недостаточность развития туристской инфраструктуры; отсутствие научных данных, позволяющих прогнозировать развитие рынка в сфере сельского туризма и оказывать влияние на туристскую деятельность; отсутствие системы оценки качества услуг сельского туризма; низкий уровень информационно-консультационных услуг из-за непрофессионализма кадров.



Праздник в бурятском поселении

В целях повышения туристической привлекательности сельских территорий необходимо принятие мер, направленных: на создание агротуристских кластеров; на проведение образовательных мероприятий (курсы повышения квалификации, обучающие семинары, мастер-классы, тренинги) для владельцев сельских гостевых домов, представителей крестьянских (фермерских) хозяйств, индивидуальных предпринимателей, сельских жителей, занятых в организации и предоставлении туристских услуг в сельской местности; на освещение в средствах массовой информации лучшего опыта и наиболее успешных проектов по развитию сельского туризма. Наша страна – это огромная территория с большим культурным, природным и этническим разнообразием, даже внешне, кавказские села отличаются от северных деревень или бурятских поселений. Такого разнообразия нет ни в одной стране мира, и при создании необходимых условий и развитии инфраструктуры сельского туризма у нас есть все шансы для того, чтобы в будущем наша страна стала одним из мировых лидеров сельского туризма.

## **2. Ресурсный потенциал и общенациональные функции сельской местности**

По данным общероссийского информационного ресурса, посвященного развитию муниципальных образований [naselo.rf](http://naselo.rf), за последние 30 лет с карты России исчезли 37000 сел и деревень. Это огромный урон нашей

стране, так как с разрушением села теряется духовная основа России. Сельская местность России обладает мощным природным, демографическим, экономическим и историко-культурным потенциалом, который при более полном, рациональном и эффективном использовании может обеспечить устойчивое многоотраслевое развитие, полную занятость, высокие уровень и качество жизни сельского населения.

Территория России превышает 17 млн. кв. км, из которых 402,6 млн. га (23,6%) составляют земли сельскохозяйственного назначения, в т.ч. 220,6 млн. га (12,9%) сельскохозяйственные угодья, из них 121,6 млн. га пашни.

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

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

Поселенческий потенциал насчитывает 152,9 тыс. населенных пунктов, из которых 142,2 тыс. имеют постоянных жителей. В сельском расселении преобладает мелкодисперсность: 72% населенных пунктов имеют численность жителей менее 200 человек, поселения с людностью свыше 2 тыс. составляют 2%.

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

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

*производственную* – удовлетворение потребностей общества в продовольствии и сырье для промышленности, продукции лесного, охотничье-промыслового и рыбного хозяйства, другой несельскохозяйственной продукции;

*демографическую* – пополнение демографического потенциала страны;

*трудоресурсную* – обеспечение города рабочей силой, мигрировавшей из села и, прежде всего, на рабочих местах, не востребованных горожанами; использование на городских предприятиях трудоспособного сельского населения, проживающего в пригородах; привлечение трудоспособного сельского населения для работы на размещаемых в сельской местности городскими хозяйствующими субъектами предприятий (филиалах);

*социально-культурную* – воспроизводство историко-культурных ценностей, сохранение и развитие традиционной культуры народов Российской Федерации;

*природоохранную* – поддержание экологического равновесия на всей территории страны, сохранение, восстановление и улучшение потенциала живой природы – почвы, воды, растительности, атмосферы, сохранение

природных и культурных ландшафтов, содержание заповедников, заказников, национальных парков;

*рекреационную и агрорекреационную* – размещение в сельской местности учреждений отдыха, оздоровления и туризма, дач и садово-огородных участков горожан, другие формы отдыха на природе, предоставление в пользование рекреационным учреждениям и отдельным гражданам в период отдыха объектов сельской социальной и инженерной инфраструктуры;

*жилищную* – размещение на сельских территориях жилых домов граждан, имеющих доходное занятие в городе, предоставление им в пользование объектов сельской социальной и инженерной инфраструктуры;

*пространственно-коммуникационную* – размещение и обслуживание дорог, линий электропередачи, связи, водопроводов и других инженерных коммуникаций;

*социального контроля над территорией* – содействие органам государственной власти и местного самоуправления в обеспечении общественного порядка и безопасности на малолюдных территориях и в поселениях, охране пограничных зон, недр, земельных, водных и лесных ресурсов, флоры и фауны.

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

### ***Потенциал сельского туризма в России:***

- Богатое этническое и природное разнообразие страны
- Привлекательный историко-культурный потенциал регионов
- Большие сельские территории с уникальными природно-климатическими условиями
- Благополучное экологическое состояние большинства сельских поселений
- Сохранность традиционной культуры этносов в ряде регионов
- Выраженная потребность россиян обратиться к своим национальным корням.

Сельский туризм начал развиваться в регионах России в 90-х годов и во многих регионах туристический потенциал используется и стал настоящим двигателем предпринимательской и социальной активности сельского населения. Инициативы по созданию туристических объектов в регионах не только разнообразны, но и иногда развивают такие виды деятельности, которые никогда не были в практике сельских поселений. Например, ферма страусов в Серпуховском районе Московской области, которая восстановила недействующую сельскую ферму и фермер не только продает населению яйца и мясо страусов, но и организовал замечательную туристическую забаву. На страусиной ферме проводят мастер-классы по раскрашиванию яиц и перьев, дети кормят страусов, им рассказывают о страусах удивительные истории и они наблюдают за их жизнью на ферме.

Сельский туризм особенно активно развивается в Алтайском крае, Ярославской, Вологодской, Белгородской, Калининградской, Калужской и Псковской областях, Краснодарском крае, республике Башкортостан. Специалисты турбизнеса не устают предсказывать небывалый размах развития сельского туризма, для которого в сельских поселениях есть огромные ресурсы. Регионы не только развивают сельский туризм как новый вид сельского предпринимательства, но и разрабатывают региональные программы развития туризма в сельских поселениях и выделяют средства на их реализацию. Следующие примеры показывают разнообразие развития и поддержки сельского туризма в регионах.

В Ярославской области, есть целые деревни, в которых все желающие могут получить мастер-класс по различным народным промыслам. В Псковской области большой популярностью пользуется деревня, где есть огромная баня вместимостью 30 человек. Иностранцы туристические группы заезжают сюда по дороге из Питера в Москву. По своей популярности этот туристический объект может конкурировать с национальными музеями.

Жители Углича активно создают различные частные музеи — кукол, водки, чайников — список предметов показа весьма разнообразен и количество таких музеев в городе уже более 30. Наверняка, подобную возможность имеет каждое село. Главное — позиционировать своё дело как туристический объект и проводить активное продвижение, привлекая потенциальных партнеров и клиентов. Доход будет зависеть от усилий и фантазии, ведь туризм — это продажа новых впечатлений и положительных эмоций.

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

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

Вологодская область исторически была одним из значимых центров производства продукции сельского хозяйства в Нечерноземной зоне, особенно молочной продукции и продукции льноводства. Однако за годы структурной перестройки экономики сельские территории региона

столкнулись с теми же проблемами, что и большинство областей Нечерноземья.

Концепция устойчивого развития сельских территорий, принятая на федеральном уровне, стимулировала разработку и принятие аналогичной концепции регионального уровня. Концепция устойчивого развития сельских территорий Вологодской области на период до 2020 г. принята 31.01.2011 г. В развитие этой концепции в регионе разработана программа развития агропромышленного комплекса и потребительского рынка Вологодской области на 2013-2020 гг.

Свердловская область, является промышленным регионом, однако её сельские территории обладают существенным потенциалом. Для раскрытия этого потенциала направлена утвержденная 27 октября 2011 г. областная целевая программа «Развитие агропромышленного комплекса и сельских населенных пунктов Свердловской области («Уральская деревня») на 2012-2015 годы. Для достижения целей программы предполагается решить два десятка задач, которые распределены по двум подпрограммам: «Устойчивое развитие сельских населенных пунктов Свердловской области» и «Развитие агропромышленного комплекса Свердловской области». Финансирование основной части мероприятий осуществляется в рамках областной целевой программы «Уральская деревня». Часть мероприятий финансируется в рамках других целевых программ, заказчиками-координаторами которых являются исполнительные органы государственной власти Свердловской области. Таким образом, программа «Уральская деревня» носит межведомственный рамочный характер, объединяет все мероприятия по развитию сельских территорий, осуществляемые региональными министерствами и ведомствами.

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

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

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

В июне 2012 г. в крае принята целевая программа «Устойчивое развитие сельских территорий Хабаровского края на 2013-2020 годы», ориентированная на направления концепции ФЦП «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года». В качестве регионального компонента усилены мероприятия по развитию сферы социально-бытового обслуживания в сельской местности, информационно-консультационному обслуживанию жителей села, подготовке кадров.

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

В Калужской области действуют эффективные меры государственной поддержки развития туризма в сельской местности. Министерством спорта, туризма и молодежной политики Калужской области в соответствии с постановлением Правительства Калужской области от 20.06.2011 № 329 «Об утверждении Положения о порядке предоставления субсидий на развитие материально-технической базы в рамках долгосрочной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Калужской области на 2011-2016 годы» субсидии предоставляются:

- на компенсацию части затрат на работы, связанные со строительством, реконструкцией, ремонтом и обустройством объектов аграрного туризма(жилых помещений);
- на компенсацию части затрат на работы, связанные со строительством, реконструкцией, ремонтом и обустройством недвижимого имущества объектов аграрного туризма, используемых для оказания комплекса

туристско-экскурсионных услуг(благоустройство территории субъекта аграрного туризма);

- на компенсацию части затрат на работы, связанные с развитием инженерной инфраструктуры объектов аграрного туризма;
- на компенсацию части затрат на приобретение оборудования, инвентаря и других объектов движимого имущества, используемых для оказания комплекса туристско-экскурсионных услуг.

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

а) создание и обустройство зон отдыха, спортивных и детских игровых площадок;

б) сохранение и восстановление природных ландшафтов, историко-культурных памятников;

в) поддержка национальных культурных традиций, народных промыслов и ремесел.

Все направления фактически оказывают поддержку развитию туризма в сельских поселениях. Поселения могут получить субсидии на восстановление и сохранение культурно-исторических памятников, развивать народные промыслы и ремесла, которые не только сохраняют идентичность российского села, но и являются привлекательными для туристов.

Грантовая поддержка местных инициатив граждан, проживающих в сельской местности, впервые была оказана Минсельхозом России 23 субъектам Российской Федерации в 2014 году, в 2015 году будут поддержаны из федерального бюджета гражданские инициативы 33 субъектов Российской Федерации. Под грантом понимаются средства государственной поддержки, предоставляемые на безвозмездной и безвозвратной основе органу местного самоуправления сельского муниципального образования на реализацию общественно значимого проекта с участием граждан, проживающих в сельском поселении. При этом размер гранта составляет не более 60% общей стоимости проекта и не может превышать сумму 2 млн. руб. Гранты предоставляются на условиях

софинансирования за счет средств федерального и республиканского бюджетов. Уровень софинансирования средств федерального бюджета определяется нормативным правовым актом Министерства сельского хозяйства Российской Федерации. Финансовое обеспечение оставшейся части стоимости проекта осуществляется за счет средств местного бюджета, а также обязательного вклада граждан и юридических лиц (индивидуальных предпринимателей) в реализацию проекта в различных формах (денежные средства, трудовое участие, предоставление помещений, технических средств и др.).

Критериями оценки проектов являются:

- а) востребованность – проект должен быть направлен на решение наиболее значимой проблемы местного сообщества и отвечать интересам широкого круга его представителей с учетом интересов наиболее социально незащищенных групп;
- б) локальность и краткосрочность – реализация проекта должна осуществляться в границах отдельно взятого сельского поселения в течение не более 12 мес. с момента получения гранта;
- в) разумные затраты – реализация проекта не должна быть связана со значительными вложениями средств, не обеспеченных источниками финансирования;
- г) социальное партнерство – реализация проекта должна предусматривать привлечение местных трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов;
- д) социальный эффект – реализация проекта должна обеспечить улучшение социальной среды обитания в сельском поселении.

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

Грантовая поддержка местных инициатив граждан, проживающих в сельской местности очень важно, не только с финансовой точки зрения, но и как школа приобретения опыта сельского сообщества в инициации проектов, коллективного решения задач и участия жителей в развитии поселения.

### **3. Формирование инициативы сельского поселения по организации сельского туризма**

## ***Определение проблем сельского поселения и организация сообщества на их решение***

*Местная инициатива сельского сообщества* – разработанный с участием сельских жителей проект, раскрывающий возможность решения вопросов местного значения в сельском поселении, при осуществлении которого предполагается участие местного населения, сельских предпринимателей и других заинтересованных лиц и организаций. Сельское поселение сталкивается с множеством проблем, от слабо развитой инфраструктуры до бедности населения, которая связана с низкими доходами. Можно определить основные проблемы, которые являются актуальными для жителей поселения:

- Проблемы семьи (не организован культурный досуг для семей, алкоголизм в семьях, отсутствие мотивации к работе и др.).
- Отсутствие работы для молодежи, вернувшейся в села после обучения.
- Благоустройство (бытовые отходы, загрязненность/отсутствие зон отдыха).
- Инфраструктура (плохое качество связи, мостов/дорог).
- Низкое качество социальных услуг и скудный их ассортимент.

Решить быстро и эффективно проблемы, которые накапливались годами невозможно. Сельскому сообществу необходимо определиться, какие виды деятельности надо развивать, какие проекты перспективны и малозатратны, лучше используют местные ресурсы, вовлекают большое количество сельских жителей и могут очевидно показать, за сравнительно короткий срок, произошедшие изменения в жизни людей и поселения в целом. Сельский туризм это один из видов предпринимательства, который соответствует вышеназванным ожиданиям и действительно обладает мультипликативным эффектом. В России сельский туризм развивается как инициатива «снизу-вверх» с конца 90-х годов и динамика его развития доказывает, что надо придерживаться данной практики. Идея может выдвигаться и местной администрацией, но далее надо опираться на инициативу сельских жителей, так как только это может дать успешный результат. Для того, чтобы преодолеть социальную апатию и пессимизм в сельских территориях необходимо создать устойчивый гражданский актив, который не только будет развивать сельский туризм как вид бизнеса, но и повысит уровень доверия к местной власти и создаст площадку для совместной работы органов муниципальной власти и гражданских активистов для улучшения качества жизни. Сельские поселения занимают особое место в общей системе местного самоуправления. Являясь одним из типов муниципальных образований, они играют важную роль в формировании единого каркаса сельской территории, как региона, так и страны в целом. Сельские поселения по своему составу многообразны и отличаются размерами территории, численностью населения, административным статусом сельского поселения, наличием сельских населенных пунктов, отраслевым характером территории,

хозяйственной спецификой территории. Можно сказать, что сельское поселение, представляет собой структурированную социально-экономическую систему управления, связанную в общей системе стратегического планирования территорий множеством горизонтальных, вертикальных и обратных связей, функционирующую и развивающуюся в рамках стратегических ориентиров региона и муниципального района, на территории которого оно находится, проводимой государственной политики и действующего законодательства, регулирующих деятельность сельских поселений, и состоит из следующих основных элементов:

- 1) территории, в пределах которой осуществляется местное самоуправление;
- 2) населения и выборных органов, осуществляющих от его имени местное самоуправление на данной территории;
- 3) муниципальной собственности, выступающей в качестве материально-финансового обеспечения деятельности органов местного самоуправления и инструмента регулирования местной экономикой;
- 4) устава сельского поселения и иных нормативных правовых актов, определяющих собственно законодательную базу муниципального образования.

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

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

- Возможность привлечения туристов в поселение (т.е. в село и окружающую его область).
- Обеспечение туристов приятным пребыванием в поселении, которое отвечает (а еще лучше, превышает) их ожидания. Это приведет к повторным посещениям и позитивной рекламе "из уст в уста" в продвижении местного туристического продукта. Это очень важно, потому что реклама «из уст в уста» считается одной из самых эффективных форм продвижения турпродукта (но, этот пункт не должен быть переоценен, так как давно известно, что если туристу понравилось, он расскажет об этом еще трем потенциальным туристам, а если не понравилось, расскажет десятерым).

- Задержание туристов в поселении как можно дольше.
- Удовлетворение потребностей и интересов местных жителей, вовлечение их в организации, контроле и предоставлении туристических услуг.
- Обеспечение инициативности и лидерства местных жителей, организации и планирования устойчивого развития туризма, с точки зрения ожиданий сельского поселения по развитию в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

С самого начала, сообществу сельского поселения необходимо определиться с ответом на стратегический вопрос: сельский туризм в поселении будет развиваться с целью *сохранения или возрождения* сельского поселения или как возможность *диверсификации деятельности* сельской экономики или и того и другого. Это важный вопрос, потому что на основе ответа на него, строится вся последующая деятельность по организации сельского туризма, от определения туристических объектов до выбора партнеров и организаций для совместной деятельности. Как правило, к первой группе относятся поселения, которые имеют культурно-историческую ценность и их возрождение сопровождается сохранением культурно-исторических объектов и организации туризма с посещением музеев, мемориалов, участием в событийных мероприятиях. Примером может служить организация сельского туризма в селе Гагино, Сергиев Посадского района Московской области, где сохранился храм, в котором венчался Федор Иванович Шаляпин и ежегодно в июле проводится «Шаляпинский фестиваль», или село Тимониха, Харовского района Вологодской области, где жил и работал русский писатель Василий Белов, сохранился его дом и т.д. Вторая группа включает большие поселения, в регионах с развитым аграрным сектором, где население теряет работу в агропромышленном комплексе, который внедряет инновационные технологии и технику сокращающие многократно рабочие места. В таких поселениях сельский туризм является альтернативным источником занятости, особенно для женщин и молодежи. В данной группе наиболее успешен туризм в поселениях Алтайского, Краснодарского и Ставропольского краев, Белгородской области.

Сельский туризм эффективно работает, когда он представляет комплекс информации и услуг для потенциальных клиентов. Отдельные гостевые дома никогда не будут по-настоящему эффективны, поэтому важно, чтобы сельское поселение учитывало региональную стратегию развития сельского туризма и использовало возможности сотрудничества и обмена опытом.



Рис. Единая региональная стратегия развития сельского туризма

Для практической реализации инициативы организации сельского туризма, как проекта изменения жизни сельского поселения необходимо пройти следующие этапы:

1. Определить своих потребителей/туристов и выбрать услуги, которые будут удовлетворять их потребности или пожелания;
2. Подготовить список задач, которые соответствуют каждому виду деятельности для основных услуг - проживание и общественное питание; дополнительных услуг - транспорт, развлечения, торговля, информация и т.д.; координация, маркировки объектов сельского туризма; безопасность и порядок и др.
3. Провести оценку необходимых ресурсов и расчет минимальных бюджетов для повышения качества и модернизации отопления, водоснабжения, электроэнергии, утилизации отходов и др.
4. Проверить целесообразность предоставления услуг и видов деятельности.
5. Определить возможные риски и принимать их во внимание.
6. Активно управлять новым видом деятельности в поселении.
7. Изучить предложения в сельском туризме в соседних регионах и на национальном уровне.
8. Разработать ценовую политику и предложить цены, адекватные предоставленным услугам.

9. Организовать торговлю туристическими продуктами (сувениры и сопутствующие товары для путешественников).
10. Выполнение туристических услуг.
11. Управлять потоками туристов, контролировать соответствие предоставленных услуг пожеланиям и ожиданиям туристов.

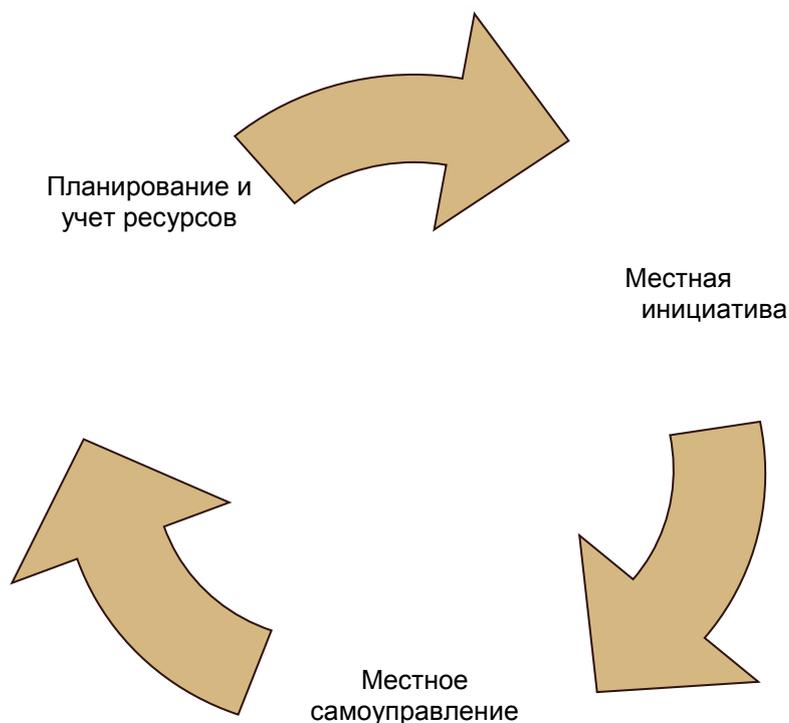


Рис. 1. Начальный этап процесса реализации инициативы организации сельского туризма

Привлечение туристов, предоставление услуг, удовлетворяющих их, и задержка туристов в поселении на неделю и более не дается просто так. Это результат тщательного планирования, совершенного управления и организации туризма в сообществе. Это управление помогает гарантировать, что условия для эффективного развития туризма (регионального сотрудничества, финансовой поддержки и поддержки сообщества и участия) будут обеспечены постоянно. Для эффективного управления и реализации инициативы развития сельского туризма рекомендуется организовать местную инициативную группу.

### ***Организация местных инициативных групп (МИГ)***

Местная инициативная группа это формальное объединение, которое несет ответственность за инициирование, планирование и оценку сельского

туризма в сельском поселении на постоянной основе. Местные инициативные группы могут значительно варьироваться от одного поселения к другому.

Основная задача местной инициативной группы— на демократической основе провести:

- отбор и рассмотрение местных инициатив по развитию туризма в поселении;
- подготовить предложения для их реализации и финансирования;
- мониторить реализацию бизнес-инициатив и распространение положительного опыта.

Инициативы по развитию сельского туризма в поселении должны быть:

- Простыми, инновационными и устойчивыми, обеспечивать развитие на местном уровне;
- Понятными и открытыми для местного населения;
- Развивать спрос на местном уровне, а не предложения;
- Требовать минимальные сроки реализации и финансовые затраты;
- Демонстрировать желание вкладывать собственные средства, время и работу в реализацию;
- Доступными для изучения опыта.

Порядок сбора и рассмотрения инициатив:

- Инициативы собираются каждым членом местной инициативной группы от разных групп населения: местных предпринимателей, фермеров, молодежи, женщин и др.;
- Собранные инициативы разделяются по направлениям (торговля, услуги, сельское хозяйство, инфраструктура...) и бюджету;
- МИГ совместно с Главой Администрации района и консультантами региональной службой сельскохозяйственного консультирования принимает решение о приоритетных инициативах развития сельского туризма и формах их реализации;
- Для авторов инициатив организуется обучение или стажировка, оказывается консультационная деятельность для оформления бизнес-идеи в бизнес-проект;

- Администрация формирует Фонд, который служит первоначальным ресурсом для финансирования бизнес-идей местной инициативной группы;
- Сбор инициатив, их рассмотрение, отбор и реализация проводится открыто, информация освещается в местной печати и доступна местному населению.

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

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

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

Инициативная группа принимает участие в анкетировании, обработке анкет и планировании деятельности, направленной на улучшение качества жизни жителей поселений. Возможно, на первом этапе, придется потратить много усилий, чтобы получить хоть какие-то данные по приоритетным для граждан вопросам. Зато ситуация дарит новые возможности: сообщество может решить собирать свои собственные данные вместо того, чтобы полагаться на имеющиеся источники. Граждане смогут выбрать те индикаторы, которые лучше всего отвечают их потребностям. Также активисты сообщества могут договориться с организациями, органами власти более высокого уровня, чтобы именно они стали источником данных, лучше всего отражающих заботы граждан. Эффективное вовлечение граждан в процессы управления — это тяжелый труд в любой стране, но труд, за который, безусловно, следует браться. Несмотря на свой богатый опыт, как показала реализация программы ЛИДЕР Евросоюза, зарубежные сообщества все еще прилагают значительные усилия для вовлечения граждан в процессы

управления, используя для этого помощь чиновников, сотрудников и добровольцев общественных организаций. В тех западных сообществах, где эта нелегкая работа не проводится, вовлечение граждан минимально, и чиновники жалуются на пассивность населения точно так же, как в России. Например, муниципальные образования в Сибири, которые уделяют внимание информации и продолжают заниматься вовлечением граждан, обнаруживают, что их усилия позволяют принимать решения, решать проблемы сообщества и делать общественные услуги более «отзывчивыми» на приоритеты граждан и потребности сообщества. Работая сообща, в партнерстве, участники инициативной группы определяют общие цели и задачи, достигают взаимопонимания, преодолевают взаимный антагонизм и постепенно формируют отношения, основанные на доверии и сотрудничестве. Во всем мире организации и отдельные люди работают в партнерстве по следующим причинам:

- Сотрудничество порождает новые решения, предоставляет законный доступ к целому ряду навыков и умений, и многие находят в этом сотрудничестве вдохновение, удовлетворение и новые знания;
- Партнерство позволяет обнаружить новые механизмы финансирования и со-финансирования, а также предоставляет доступ к нематериальным ресурсам в виде услуг и продуктов.
- Партнерства, в которых все участники задействованы в процессе позитивных изменений, дают реальные устойчивые результаты;
- Партнерство дает возможности объединения ресурсов власти, бизнеса и общественности.

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

### ***Преимущества организации МИГ***

Как организация представителей общественности, МИГ помогает оценить затраты и выгоды от туризма для различных секторов экономики (т.е. коммерческие, общественные, некоммерческие).

- МИГ гарантирует, что широкий спектр идей и интересов общественных групп, а также широкой общественности, рассматриваются в процессе планирования туризма.
- МИГ помогает держать сообщество в курсе о новых туристических инициативах. Каждый член МИГ общается с группами населения так, как считает сам, что так наиболее эффективно. Это помогает воспитывать местное население, особенно если не уговаривают участвовать в процессе, а предлагают проявить свои инициативы.

- МИГ помогает членам сообщества работать вместе, чтобы принять самый эффективный подход к развитию туризма.
- МИГ берет на себя ответственность за выявление целей туризма, координацию интересов, и запуск их в соответствующем действии.

Туризм не является обязанностью одной группы сообщества, или даже одного сектора экономики. Члены МИГ должны, следовательно, представлять собой коммерческие, общественные и некоммерческие секторы, а также широкой общественности. В сельском поселении, некоторые организации, такие, как торговые организации, может быть уже в курсе их роли в туризме. Другие, такие как ассоциации фермеров, которые организуют в регионе ежегодные ярмарки, возможно, уже способствуя туризму, не осознают этого. Эти и другие группы могут обеспечить управление, необходимое местной инициативной группе сельского поселения.

### ***Задачи МИГ***

Прежде всего, члены МИГ должны иметь четкое понимание потребностей общества, что развитие сельского туризма может улучшить в поселении. Прежде чем приступить к организации туристических объектов, МИГ идентифицирует и выявляет приоритеты, лежащие в основе целей этих усилий. Например:

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

Развитие туризма, скорее всего, покажет множество преимуществ и члены МИГ должны согласиться по основным направлениям организации туризма, необходимых для определения последующих усилий по планированию и развитию.

Состав местной инициативной группы может состоять из 9-12 местных жителей, и каждый член МИГ должен взять на себя определенный вид деятельности:

Образование: ответственность за улучшение информированности населения и признания сельского туризма, путем воспитания жителей поселения таким образом, чтобы они могли быть эффективными и гостеприимными.

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

Регулирование сельского туризма: ответственность за общение с законодателями и другими должностными лицами в отношении местных органов управления и правовых норм, которые будут влиять на развитие туризма.

Благоустройство в поселении: ответственность за выявление проектов благоустройства поселения, особенно тех, которые улучшают качество окружающей среды и сосредоточены на общественных въездах в поселении и центральной площади. Эти проекты часто представляют идеальные возможности для местных общественных групп, таких, как клуб садоводов, молодежных групп и исторических обществ.

Обучение гостеприимству: ответственность за выявление путей совершенствования гостеприимства, оказанное как хозяевами гостевых объектов, так и их сотрудниками.

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

Маркетинговые исследования: ответственность за сбор информации о существующих и потенциальных конкурентах, рынках и разработку рекомендации относительно целевых рынках.

Региональное сотрудничество: ответственность за работу с представителями соседних поселений, районов, чтобы убедиться, что цели регионального сельского туризма развиваются. Работа на региональном уровне является возможностью стать частью сети, а также обмена идеями и информацией с другими на благо всех.

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

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

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

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



Рис. 2. Следующий этап процесса реализации инициативы организации сельского туризма

#### **4. Рекомендации по организации туризма в сельском поселении**

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

1. Где мы сейчас?

- ответ даст анализ потенциала сельского поселения и его сообщества, а также анализом рынка.

2. Где бы мы хотели быть?

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

3. Как мы это реализуем?

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

4. Как мы узнаем, что развиваем все правильно?

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

Планирование туризма не однократное действие. Это непрерывный процесс, где планирование динамично, а не последовательно и линейно. Это согласуется с характеристиками сельского туризма как большой динамической системы взаимосвязанных частей. Изменение в одном факторе, такого, как туристическая достопримечательность, скорее всего, повлияет на все другие элементы туризма в поселении, от услуг до рекламы и транспорта. Точно так же, изменения в руководстве местной администрации, бизнеса и некоммерческих организаций приведет к новым идеям, привлечения других активов, и туристы будут меняться по мере развития туристических объектов.

Известны следующие ступени в процессе планирования сельского туризма:

1. Анализ потенциала сельского поселения
2. Анализ рынка
3. Формирование образа сельского туризма поселения, определение целей туризма и стратегий их достижения
4. Определение конкретных целей и планов действий
5. Мониторинг и оценка результатов (корректировка планов, если потребуется).

#### **4.1 Ступень первая: анализ туристического потенциала сельского поселения**

Анализ туристического потенциала должен дать информацию о следующем:

- готовы местные жители и руководство к принятию сельского туризма как возможности развития экономики поселения;
- в какой степени используется имеющийся потенциал;
- какие возможности будут использованы и какие проблемы могут возникнуть при организации сельского туризма. Цель анализа, определить сильные стороны и проблемы каждого элемента туристической системы включая:

- отношения и ценности местного сообщества
- достопримечательности и события
- коммерческие услуги

- государственные учреждения и услуги (инфраструктура)
- транспорт
- коммуникации
- регулирование и политика
- местный бизнес- климат и демографию
- наличие помещений для массовых мероприятий

Для получения достоверной информации необходимо провести опрос местных жителей и собрать ответы на специальные вопросы. В Приложении 2 приведен профессионально подготовленный вопросник, рекомендованный для использования местными инициативными группами поселения.

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

1. Определение всех достопримечательностей, коммерческих услуг, общественных сооружений и услуг, факторов коммуникации, транспорт, общепринятых правил / политики и общественных отношений, которые имеют важное значение для туризма.
2. Создание двух списков, по одному для каждой из восьми элементов туризма, перечисленных выше. В первом листе перечисляются сильные стороны туризма, а во втором – возможные проблемы туризма.
3. Ранжирование по спискам самых важных сильных сторон и актуальных проблем, связанных с каждым элементом процесса планирования.

Получение обратной связи от тех, кто вовлечен в процессе планирования сельского туризма является очень важным. Успешные встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами проводятся не просто так, они должны планироваться и осуществляться таким образом, чтобы генерировали необходимую информацию и позволяли удовлетворять потребности и интересы всех участников. В анализе часто рекомендуется использовать термины слабые и сильные стороны туристических элементов, особенно если используется методика SWOT анализа. Однако, практика показала, что в сельском туризме называя слабые стороны проблемами, местная инициативная группа будет искать пути их решения, тем самым изменяя психологическое отношение к слабым сторонам, как непригодным для использования.

*Сильными сторонами* туризма в сельском поселении являются любые туристические элементы, которые привлекают, оказывают услугу, помогают или удовлетворяют туристов. Каждое сельское поселение имеет свои сильные элементы, например, красивый пейзаж, культурную или историческую достопримечательность, производство народных промыслов или недавно расширенную библиотеку. Однако ни один элемент не может считаться сильным, если он каким-то образом не поддерживает туризм. Некоторые сильные туристические элементы вашего сообщества могут быть найдены за пределами поселения. Например, туристы, путешествующие на озеро Неро и город Ростов Великий, могут быть привлечены в сельское поселение, которое может быть на некотором расстоянии от

достопримечательности, но оказывает качественные туристические услуги по проживанию, питанию и организации досуга.

*Проблемы* туристических элементов ослабляют туристический потенциал сельского поселения. Это может быть негативная характеристика тех же факторов, которые определены в качестве сильных сторон. Например, сельское поселение имеет историческую значимость, но никто за пределами местного сообщества не знает об этом. Или, например, у входа в поселении располагается полуразрушенная ферма с плохими запахами, а пейзаж вокруг поселения непривлекателен. Инициативы, которые не задействованы также становятся проблемой. Если предложено организовать мероприятие для продвижения культурного наследия поселения, но ничего не сделано для этого, идея становится нерешенной проблемой. Определить общие проблемы развития туризма часто легко. Например, определить, что «посетители, которые приходят в поселение, не остаются достаточно долго» легко и это законное беспокойство - но не тот вопрос, который выявляет реальные проблемы. Необходимо сосредоточиться на том, почему туристы не остаются дольше - потому, что гостевые дома низкого качества, потому, что нет досуга, потому что они не знают обо всем, что можно делать и т.д. Чем более конкретно определены опасения возникновения проблем, тем легче будет найти пути их решения. То же самое относится и сильным сторонам, чем более конкретно они идентифицированы, тем лучше можно их развивать и продавать туристам. Объективность со стороны руководителей общин является необходимым условием для оценки сильных сторон и решения проблем.

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

*Анализ отношений и ценности местного сообщества* показывает, что поддержка местного сообщества для инициативы развития сельского является очень важной для ее успешной реализации. Поддержка местного сообщества означает гостеприимство, которое привлекательно для посетителей, и, следовательно, приведет к повторным посещениям и позитивным словам о поселении, что означает в дальнейшем рост количества туристов. С другой стороны, некоторые сельские жители считают неприемлемым, что посторонние люди посещают свободно их святыни или особо уважаемые места. Чтобы предупредить конфликты между местными жителями и туристами в дальнейшем, местной инициативной группе необходимо определить с самого начала деятельности, какие места свободны для посещения в поселении, а какие нет. Это особенно важно для развития сельского туризма в поселениях Северного Кавказа, где в каждом селе есть «святые» места.

*Анализ достопримечательностей и местных событий* предполагают инвентаризацию особенностей сельского поселения и его окрестностях, которые подчеркивают идентичность поселения и привлекают (или имеют потенциал для привлечения посетителей). Достопримечательности - это основные туристические активы сельского поселения, местного сообщества и региона в целом. Они образуют тематику сельского туризма поселения и создают спрос для туризма. Некоторые достопримечательности могут казаться обычными для местных жителей, но они могут иметь большую привлекательность для посетителей. Это может быть деревянный храм средневековой архитектуры, горный пейзаж или источник минеральной воды.



с. Турчасово, Архангельская обл. Церковь Спаса Преображения. 1786 г.

Один из способов понять ценность местных достопримечательностей, это определить, кто в настоящее время посещает поселение:

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

Проводя инвентаризацию достопримечательностей и местных событий сельского поселения необходимо хорошо посмотреть за границами поселения, иметь широкий взгляд и хорошо знать региональные или соседние достопримечательности. Инвентаризация будет проводиться постоянно, так как реализация туристических услуг, мониторинг, оценка и корректировка планов действий потребуют обновленную информацию и особенно по данным, относящихся к спросу и предложению в местном туризме.



Колядки в Березняковском сельском поселении  
Сергиево Посадский район Московской области

*Анализ коммерческих и государственных услуг, инфраструктуры поселения* - это оценка местного бизнеса и структур, которые оказывают услуги туристам и генерируют самые серьезные экономические результаты развития сельского туризма. Основное мнение – туристы тратятся в основном на питание и проживание. Большая часть туристических средств идут в этих двух областях, но многие другие предприятия также выигрывают от туризма. Поэтому необходима детальная инвентаризация всех гостевых домов, гостиниц, кафе, магазинов, аптек, сервисных автослужб и т.д. Во время инвентаризации необходимо обратить внимание на то, насколько удобно размещение для туристов; часы и сезон работы; вместимость (кафе, аттракционы); количество комнат и доступных средств для проживания;

возможность удовлетворения туристов (должным образом подготовленных сотрудников, скорость обслуживания) и другие характеристики фонда услуг поселения. Если некоторые услуги не предоставляются в поселении, но есть спрос туристов на них, необходимо подумать, как будет решен вопрос. Это может быть оказание мобильных услуг или организация комплексного оказания услуг (стирка, химчистка, парикмахерская и др.). Часто организация оказания услуги туристам в поселении, например, прачечной самообслуживания, оказывается очень востребованной местными жителями и дачниками. Также, кафе и станции технического обслуживания, могут получать большую часть своего дохода от местных жителей, поэтому качество предоставляемых услуг общественного питания, розничных магазинов, развлекательных центров должны быть ориентированы не только на туристов, но и на местное население. Необходимо обратить внимание на комплементарность оказания услуг и достопримечательности поселения. Например, нет смысла в организации фестиваля на три дня, если в поселении есть несколько номеров в отеле и пара гостевых домов для размещения туристов.

Увеличение посещения в сельском поселении усилит нагрузку на коммунальные службы и государственные услуги, поэтому необходимо серьезно оценить способность инфраструктуры поселения, чтобы не только удовлетворить требования туристов, но и сохранить уровень и качество предоставляемых услуг. Отсутствие такой оценки может привести в дальнейшем к неприятным последствиям, таким как снижение напряжения в электросети, недостатке питьевой воды и т.д. Транспортные услуги должны быть оценены на качество и достаточное количество для перевозки туристов в поселение и в соседние населенные пункты, региональный центр, к местам проведения мероприятий, аттракционов и гостевым домам.

#### *Оценка коммуникационной стратегии*

В связи с тем, что каждый путешественник становится более осведомленным, количество и качество информации, необходимой ему становится все более важным. Уже недостаточно использовать метод обеспечения туристической информацией, который предполагает, что все посетители хотят знать те же самые вещи о достопримечательностях и услугах. Это эпоха свободного туриста, который ищет большее удовлетворение от своего опыта и более избирателен, решая, куда поехать в путешествие.

Туристам нужна информация в двух случаях: 1) до прибытия в сельском поселении он должен быть осведомлен о том, что ему будет предложено, а также убедить, чтобы он посетил поселение, и 2) второй раз во время пребывания в поселении турист требует толкования информации, знаков, экскурсий, карты поселения, доступ к Интернету, чтобы удовлетворить свои текущие потребности в информации.

Местные жители также хотят иметь информацию о своей общине и окрестностей, чтобы они могут эффективно служить поселению как хозяева, когда приезжают их друзья и родственники. Они также могут использовать

эту информацию при принятии своих решений участия в развлекательных мероприятиях.

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

Важно оценивать этот важный элемент системы туризма и рассмотреть следующее:

- Письменная информация о поселении является точной и четко передает свое сообщение?
- Посетители легко узнают местоположение туристических объектов, цены и часы работы служб и достопримечательностей?
- Когда большинство информационных центров открыто?
- Доступна информация о турах специальных достопримечательностей, таких как исторические районы, фермерские и охотничьи хозяйства?
- Какой процент бюджета развития туризма в настоящее время расходуется на рекламу? На какой рынок они направлены? Являются ли эти усилия эффективными?
- В какой степени местные жители знакомы с рекламными материалами поселения?

Необходимо обратить внимание на то, что в туризме общение это двусторонний процесс. Продвижение рекламы представляет сообщения от сельского поселения на рынки. Маркетинговые исследования туристических компаний стремятся обеспечить поток информации от рынков обратно в пункты назначения.

#### *Оценка государственного регулирования и политики*

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

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

## **4.2 Ступень вторая: анализ рынка**

В самом широком смысле, каждое сообщество имеет два рынка, которые необходимо рассмотреть при планировании туризма, это туристический и местный рынки. Анализ потенциала сообщества уже указал,

что каждый туристический объект, который служит туристам, может также служить и местным жителям. При планировании развития сельского туризма в поселении местному сообществу важно, чтобы местный рынок тоже развивался. Кроме создания спроса для компаний и организаций, которые обслуживают туристов, местные рынки важны для тех, которые путешествуют, чтобы посетить семью и друзей.

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

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

Проблема формирования устойчивого внутреннего и внешнего спроса на продукт сельского туризма является одной из основных задач развития туризма в Российской Федерации. Сейчас в стране усилиями государственных структур и сельских предпринимателей формируется инфраструктура, появляется интересное предложение. Однако спрос пока нерегулярен.

В рамках международного научного проекта «Разработка турпродукта, развитие рынка и E-маркетинг сельского туризма» нами было проведено исследование потребительского рынка Московского региона. Методом анкетирования было опрошено 1000 (1 тысяча) респондентов в возрасте от 18 до 65 лет. В ходе исследования было выявлено, что большинство опрошенных респондентов проявляют интерес к устойчивому сельскому туризму (78%). Забота о существовании в здоровой среде вызывает все больший интерес у москвичей. (Рис 3).

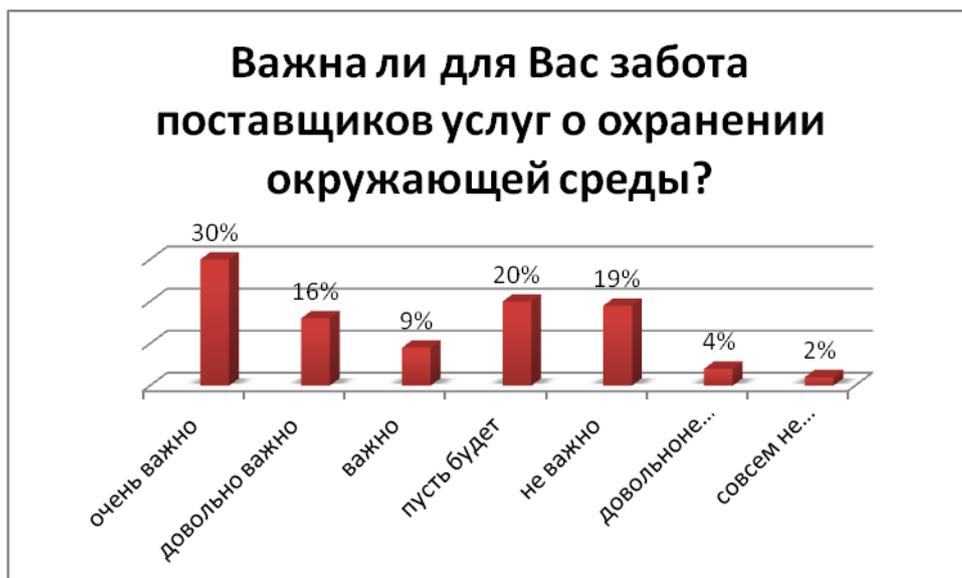


Рис 3. Распределение ответов респондентов на вопрос «Важна ли для Вас забота поставщиков туристских услуг о сохранении окружающей среды?»

Потребители заинтересованы в краткосрочном и среднесрочном отдыхе в сельской местности.

Имеется два важных аспекта, характеризующие спрос в рамках устойчивого туризма. Первое – это различие между иностранными и внутренними туристами. В основном, иностранные туристы по сравнению с внутренними тратят больше денег за день и более склонны оставаться на длительный период в каком-то месте отдыха. Они лучше понимают необходимость защиты окружающей среды, что делает их привлекательной целевой группой. Однако, во многих дестинациях в настоящее время видна отрицательная сторона такого подхода, а именно сложность и дороговизна их привлечения из-за того, что эти туристы находятся далеко. При этом если местные сообщества успешно привлекают иностранных туристов, могут возникнуть проблемы связанные с тем, что наплыв иностранных посетителей изменяет культуру местности. Цены, установленные на уровне, приемлемом для иностранных туристов, могут быть крайне недоступными для местного населения, (непосредственно для самих жителей сообщества или внутренних туристов). Вывески могут все чаще и чаще появляться на английском, а не

местном языке, а магазины и услуги могут больше подходить для иностранных туристов, чем для местных жителей. Поэтому важно, чтобы применялся сбалансированный подход, который бы отдавал должное и иностранным и внутренним туристам и одновременно отвечал требованиям тех и других. Необходимо помнить, что на внутреннем рынке есть категория туристов, которые желают путешествовать внутри страны – живущие и работающие в стране иностранцы (экспатрианты). Они тратят практически столько же, сколько и иностранные туристы, но их легче привлечь.

На рисунке 4 отражено распределение ответов респондентов о финансовых средствах, которые они готовы потратить во время отдыха в сельской местности в России. Для сельских муниципальных образований 2-3 тысячи рублей в сутки от каждого туриста могут стать весьма значительной добавкой в бюджет.



Рис 4 Распределение ответов респондентов по вопросу «Какую сумму вы готовы потратить во время отдыха в сельской местности в России?»

Такие туристы хотят увидеть как можно больше мест в той стране, где они проживают, а также приглашают друзей и родственников, которым они хотели бы показать эту страну. Важнейший вопрос: А чего же они хотят? Ради чего люди готовы тратить свои деньги?



Рис. 5 Распределение мнений респондентов при ответе на вопрос «Насколько важно для вас наличие услуг в сельском туризме?». Учтена доля респондентов отметивших услугу как важную и очень важную.

Исследование показало, что туристов привлекает, прежде всего, спокойная атмосфера, традиционная кухня, полный пансион, организация дополнительных услуг.

Однако выбирая между предложениями разных сельских гостевых домов туристы обращают внимание на следующие услуги: наличие бытовых удобств, наличие интернета, близость водоема, наличие возможностей для развлечений.

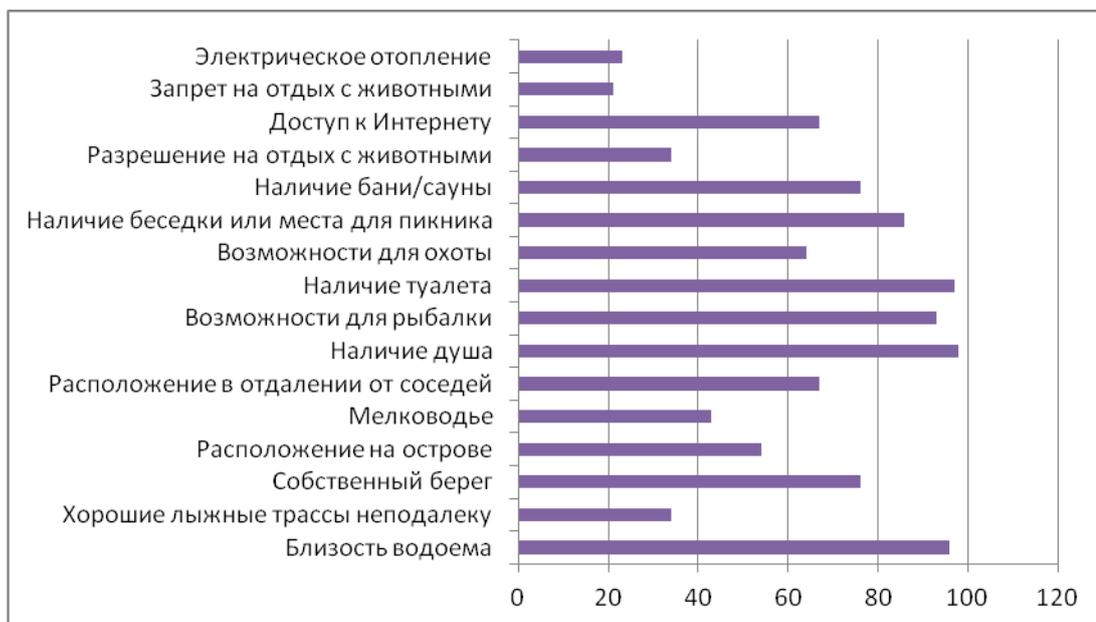


Рис. 6 Распределение ответов респондентов на вопрос «Что является для Вас важным при выборе размещения во время отдыха в сельской местности? (Выберите от 1 до 3 причин)

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

В мире прослеживается растущая тенденция, что туристы сами организывают собственные поездки, составляют план развлечений и находят места для проживания, а не обращаются за платой к кому-либо со стороны и не покупают путевки. Однако, как показали наши исследования, на Российском рынке сельского туризма эта тенденция пока не столь остро выражена. Российские туристы мало знакомы с этим продуктом и поэтому заинтересованы в профессиональной помощи туроператора и гарантиях безопасности.



Рис.7 Распределение ответов респондентов на вопрос «Как бы вы организовали свой отдых в сельской местности?»

И отвечая на следующий вопрос «насколько важны для вас источники информации о путешествии» 17% респондентов называет именно турагентства.

Однако, даже обращаясь за помощью к туроператорам туристы все равно желают получить развернутую информацию из независимых источников.



Рис. 8 Ответы респондентов на вопрос «Насколько важны для вас источники информации, когда вы планируете путешествие?»

Друзья и путеводители, являются важным источником информации для туристов, путешествующих самостоятельно, хотя интернет все же играет необычайно важную роль, особенно, непосредственно перед отъездом. Через туристов, путешествующих самостоятельно, поставщики туруслуг имеют возможность работать напрямую с их потребителями, и это дает им более широкие возможности контроля развития туризма и получение полной выгоды. Однако, когда туристы не знают о существовании какого-либо места, поставщикам туруслуг в этих местах будет трудно привлечь потенциальных туристов без помощи туроператора. Иногда туроператор для туриста выступает в качестве гаранта, особенно в тех случаях, когда место назначения –территория, практически неизвестная и находится на начальной стадии развития туруслуг.

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

## Какие из перечисленных Интернет-сервисов Вы используете для поиска информации, касающейся Вашего отдыха?

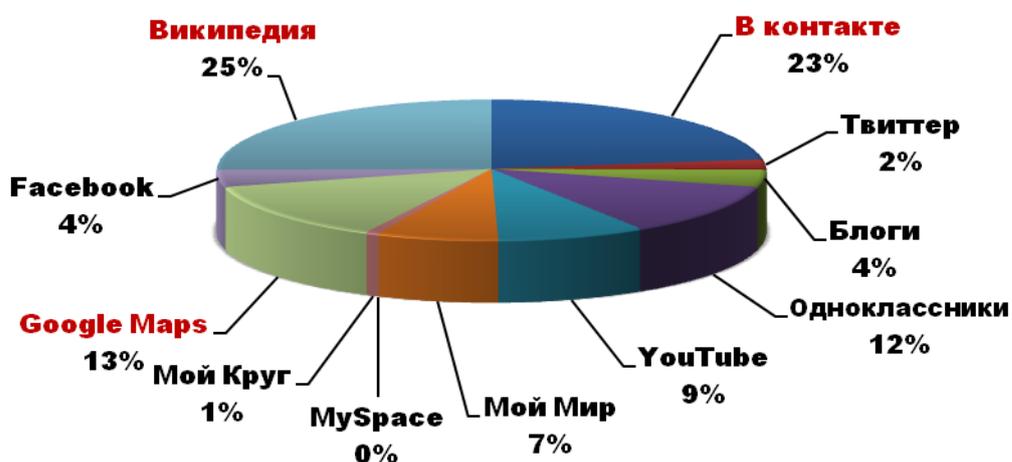


Рис 7 Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие из перечисленных Интернет-сервисов вы используете для поиска информации касающейся вашего отдыха?»

Принципы устойчивого туризма весьма эффективно продвигаются в специальных интернет сообществах, в социальных сетях, через деятельность блогеров. Интернет позволяет совместить функции просвещения потенциальных туристов о преимуществах выбора более устойчивого туристского продукта и о надлежащем поведении туристов с возможностями онлайн бронирования. Использование этих технологий позволит предприятиям обеспечить эффективное продвижение и сократить количество печатных рекламных материалов, что позволит уменьшить рекламные расходы и снизит загрязнение окружающей среды.

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

Некоторое время существовало мнение, что эффективный маркетинг в области сельского туризма невозможен, так как состоит из большого разнообразия сельских услуг, которые предлагаются частными и

общественными секторами, большого количества потенциальных потребителей. Однако такая фрагментация туристического продукта, который существенно усложняет маркетинговую деятельность наоборот, стимулирует потребность в ней. Эта потребность обосновывается необходимостью выделить и упорядочить разнообразные компоненты как туристических потребностей, так и туристических предложений в сельском туризме.

Использование потенциала сельского туризма и туристических услуг дает возможность:

- осуществлять распространение информации по рыночным принципам и с привлечением новых потенциальных потребителей;
- урегулировать экономические отношения всех субъектов информационного рынка по поводу купли-продажи информации;
- органически встроить систему распространения туристической информации с использованием потенциала региона на котором есть объекты занимающиеся сельским туризмом.

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

В развитии сельского туризма отчетливо прослеживается ряд тенденций как количественных, так и качественных. Сельский туризм является одним из быстро растущих сегментов мирового туристского рынка. Стремительно увеличиваются число сельских туристов в мире, а также объемы туристических услуг.

Географическая тенденция состоит в пространственном расширении сельского туризма, охвате новых стран и регионов. Следующие две тенденции - углубление дифференциации (разделения) сельского туризма и его интеграции с другими видами туризма - тесно связаны друг с другом. За прошедшие десятилетия развитие сельского туризма шло не только вширь, но и вглубь. Это, частности, проявляется в возникновении разных его подвидов – гастрономического, винного, ярмарочного и некоторых других.

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

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

При правильном подходе к организации и продвижению сельского турпродукта Россия может рассчитывать на значительные социально-экономические дивиденды.

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

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

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

Наиболее заинтересованы в деревенском отдыхе следующие категории туристов:

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

Пенсионеры и семьи с детьми наиболее частые гости в сельской местности, здесь они ищут более спокойную жизнь. Молодые чаще всего предпочитают занятия активными видами спорта.

Также можно определить потенциальных клиентов по возрастным группам, по доходности и выделить группы по составу семьи.

Очень часто туристы выбирают отдых не только в своей стране, но и в соседних государствах. Как правило, на расстоянии до одного дня путешествия на автомобиле. В отдельных европейских государствах до 70% сельских туристов - иностранцы. Абсолютное их большинство – горожане.

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

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

Учитывая специфику нашей страны, прежде всего огромное разнообразие региональных и местных условий в РФ, национальная концепция развития эко-агротуризма не должна сводиться к одному направлению (модели). Она могла бы включать несколько перспективных для условий России моделей, причем в разных туррегионах в качестве базовых для разработки концепций могли бы быть разные модели – в зависимости от тех целей, которые ставятся в конкретном случае.

Перспективными в условиях России, могли бы быть следующие направления (модели):

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

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

2) Воссоздание социокультурной среды исторического поселения - «исторической деревни», «национальной деревни» или иного типа поселения (стойбища и т. д.), воссоздание социокультурной среды иных исторических объектов (дворянские и купеческие усадьбы, монастыри и т. д.).

3) Создание крупных и средних специализированных агротуристических объектов, ориентированных на прием туристов и организацию их полноценного отдыха. Это могут быть специализированные центры (спортивные, культурные, кулинарные и т. п.), стилизованные «агротуристические деревни», а также «рыбацкие», «охотничьи деревни» и т. п.

4) Создание государственных и частных сельскохозяйственных парков как крупных многофункциональных туристических, выставочных, рекламно-экспозиционных, культурно-пропагандистских, научно-исследовательских и производственных и т. д. комплексов, располагающих средствами размещения и соответствующей инфраструктурой.

### **4.3 Ступень третья: Формирование образа сельского туризма поселения, определение целей туризма и стратегий их достижения**

После того, как местное сообщество и рыночные анализы будут готовы, определены сильные стороны, проблемы и приоритеты сегментов рынка, можно приступить к формированию образа и выбору модели сельского туризма в поселении. Можно заявить о наборе ценностей и принципов, определяющих развитие туризма и процесс планирования его реализации. Процесс формирования перспективного образа сельского туризма должен включать возможно больше заинтересованных сторон сообщества. Поскольку сельские жители являются ключевыми игроками на общинном уровне, важно, чтобы их голоса были услышаны при выборе модели сельского туризма. Для реализации данной задачи необходимо проведение специальных семинаров/тренингов и общественных встреч/собраний для широкого обсуждения предложенной модели туризма. Также нужно провести добровольные опросы жителей поселения, анкеты могут быть распространяться по почте, местные газеты, журнал центра сельскохозяйственного консультирования, а также организовать передачи на местном радио и телевидении. Все анкеты, информация собираются членами местной инициативной группы (МИГ) для последующего анализа и использования в процесс планирования действий.

Процесс формирования перспективного образа и модели сельского туризма должен идти путем диалога и обсуждения, учета желаний сообщества, надежд, чаяний, а также общественных ценностей, убеждений и отношения к туризму. В зависимости от выбранных подходов, сам процесс формирования перспективного образа и модели сельского туризма может способствовать улучшению или установлению межличностных отношений и общению между различными заинтересованными сторонами. Кроме того, поскольку реализация инициативы является технически неофициальной, участники могут свободно обсуждать вопросы, которые могут быть спорными или политическими, не опасаясь, что они могут быть заблокированы в необратимый путь решения. Кроме того, запущенный процесс может быть использован в качестве базы для последующей идентификации целей местного сообщества и обсуждения стратегии для достижения этих целей.

#### ***Существующие рынки: краткосрочные возможности для туризма***

В общем, есть две стратегии для развития туризма в сельском поселении:

1. Расширить производство туристических продуктов, чтобы лучше использовать существующие рынки
2. Разработка новых туристических продуктов, чтобы привлечь совершенно новые сегменты рынка

Наиболее целесообразным и наименее затратный способ это расширение продаж туристического продукта, чтобы получить больше из существующих сегментов рынка. Привлечение полностью новых рынков может потребовать существенных капитальных вложений для создания нового аттракциона и/ или услуг. Привлечение нового рынка может быть медленным и трудным процессом. Для более эффективных краткосрочных

результатов (хотя вы не должны игнорировать долгосрочные), рекомендуется начать с существующими сегментами рынка. Надо начинать сельский туризм с 2-3 туристических объектов (проживание на ферме с катанием на лошадях, проживание на пасеке с мастер-классами по изготовлению травяных чаев и дегустацией продуктов пчеловодства, наблюдением за жизнью пчелиной семьи), потом при успешной реализации туристического продукта (постоянный поток туристов), начинать увеличивать их число. Чтобы получить больше от существующего рынка турпродукта, необходимо собрать информацию у туроператоров о возможности расширения рынка и повышения известности существующего туристического продукта. Найти ответы на вопросы:

*Почему туристы выбрали данное сельское поселение ?*

Может ли быть больше туристов, которые ищут того же опыта (например, кемпинг) быть привлечено в поселение, если аттракционы, услуги, качество окружающей среды, гостеприимство, продвижение, или транспорт будут улучшены или расширены?

*Откуда приезжают туристы?*

Могут участники рынка (например, отдыхающие) из другого географического района добраться до поселения с помощью новых рекламных акций?

*Какие туристы приезжают?*

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

*Что достопримечательностей и услуг пользуется наибольшим спросом?*

- Какие достопримечательности можно усилить или расширить, чтобы сделать их более привлекательными для сегментов рынка?
- Существуют ли возможности для новых аттракционов, которые могли бы быть легко разработаны для укрепления темы туризма?
- Являются ли услуги адекватными? Есть выбор точек питания для удовлетворения всех потребностей? Есть жилье для всех, кто хочет остаться?
- Является ли сообщество поселения дружелюбным и гостеприимным? Туристы чувствуют себя желанными? Приглашают туристов остаться дольше?
- Являются ли цены и качество услуг совместимы с ожиданиями и возможностью заплатить?

*Что туристы ожидали, хотели?*

- Нужны ли специальные мероприятия для повышения их туристического опыта?
- Может быть необходимо разработать продукты, которые направлены к членам их семей?

*Когда они приезжают в поселение? Как часто?*

- Осведомлены ли туристы о возможностях посещения поселения в другое время в течение года?
- Может планировать специальное мероприятие, которое можно использовать для привлечения туристов в низкий сезон?
- Что известно о местном рынке турпродукта? Часто низкий сезон привлекательное время для местных жителей, они могут открыть для себя новое в своей общине.
- Можно ли координировать операторов туристического бизнеса чтобы они работали вместе, предложить им снижение цен межсезонье?

*Как туристы находят поселение?*

- Если туристы бывают преимущественно проездом через поселение, то более привлекательными и убедительными будут вывески, рекламные щиты, которые могут привлечь дополнительных путешественников от шоссе.
- Туристы осведомлены о других мероприятиях в рамках сообщества и региона в целом? Сельские поселения в регионе могут дополнять друг друга.
- Местные туристические рынки осведомлены о всем, что можно увидеть и делать в поселении? Также, чем более информированы туристы, тем чаще могут привести своих друзей и родственников. Они могут даже выбрать поселение как место проведения отпуска.

В начале организации туризма в поселении непросто продвигать турпродукт на рынке туристических услуг. Поэтому, определив свой конкретный рынок и возможных посетителей надо сосредоточиться на предложении достопримечательностей, сооружений и услуг, которые этот рынок желает. Если, например, поселение выбирает формирование турпродукта для туристов с детьми, то не надо тратить время на создание условий для пенсионеров. Пытаясь угодить всем неэффективно и дорогое предложение. Правильно использовать свои ресурсы для существующего рынка посетителей почти наверняка приведет к более быстрым и плодотворным результатам. Более быстрые результаты будут поощрять общественную поддержку и участие, обеспечивая основу для постоянного развития.

***Потенциальные рынки: долгосрочные возможности для туризма***

Новые туристические рынки и продукты должны быть частью долгосрочной стратегии развития туризма в поселении. Два метода могут быть использованы для поиска новых рынков и возможностей продукта, это опрос туристов на существующем рынке и сравнение развития туризма в поселении с туризмом в сопоставимых/ похожих по условиям поселениях в других районах региона. Опрос туристов может выявить предпочтения и пожелания, которые не могут быть предоставлены сейчас, но позже, в течение предлагаемых возможностей расширения ресурсов поселения. Опросы не нужно воспринимать как сложное начинание. Местные колледжи, университеты и даже средние школы имеют необходимый опыт для проведения простых обследований.

Посещение других поселений с сопоставимыми ресурсными активами является ценным опытом обучения и может обеспечить важные выводы для улучшения существующих продуктов и создания новых продуктов и рыночных идей. Если этот метод будет использован, то самое ценное в нем, это включение в это посещение как можно больше представителей местного сообщества.

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

#### ***Задачи развития туризма в сельском поселении***

Задачи сельского туризма это краткие заявления, которые отвечают на вопрос: «Где бы местное сообщество желало бы быть с развитым сельским туризмом в течение определенного периода времени?» Задачи позволят наметить конкретные шаги, необходимые для решения целей в области развития туризма в поселении. Они должны быть:

- конкретными
- формулировать в терминах желаемые результаты
- выражаться в количественном выражении, чтобы фактические результаты могли быть измерены
- достижимы в течение определенного периода времени (например, 1 год, 3 года, 5 лет)

Задачи должны быть установлены для каждого из сегментов рынка и должны отражать возможности, выявленные в анализе сообщества. Возможности для развития туризма должны трансформироваться в туристические продукты, которые могут удовлетворить потребности и ожидания целевых рынков (бизнес-путешественников, любителей истории, любителей активного отдыха на свежем воздухе, семейных отдыхающих, и т.д.).

#### **4.4. Ступень четвертая: Определение конкретных целей и планов действий**

Практические шаги организации сельского туризма обеспечивают шаг за шагом очертания различных действий, необходимых для достижения каждой цели в области развития поселения в целом. По всей вероятности, число планов действий будет соответствовать каждой цели. В чем преимущество выявления практических планов действий?

- Планы действий это очень конкретные направления реализации целей. Они определяют, что должно быть сделано, как, кем и когда.
- Планы действий представляют собой предложения о том, что должно быть сделано. Конечно, эти планы должны быть достаточно гибкими, чтобы их можно было легко изменить, если они не служат цели, для которой они были предназначены.

Стратегия развития сельского туризма в поселении будет наверняка включать много участников. По этой причине, план действий должен быть в письменной форме, широко распространен, и обсужден членами инициативной группы с возможно большим числом местных жителей. Это действие поможет коммуникации и построению консенсуса в определенном направлении.

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

Для местной администрации общественное благосостояние сообщества сельского поселения необходимо. Здоровье и безопасность рассматривается в качестве первичных государственных задач развития местных сообществ, качество жизни все чаще рассматривается как государственная задача. Например, улучшение туризма может потребовать изменения в структуре налогов. Эти изменения могут занять время, но они необходимы, если туризм является средством социально-экономического развития поселения.

Для коммерческого сектора выполнение мероприятий по плану действий должно приносить прибыль. Но даже здесь, опыт показывает, что не все предприниматели требуют высокие уровни прибыли. Некоторые из них, особенно те, которые делают очень большие капитальные вложения, могут потребовать быстрый возврат и амортизацию дорогостоящих финансов. Другие инвесторы могут потребовать гораздо меньшую отдачу, довольствуясь многими неэкономическими ценностями, из находящихся в таком туристическом бизнесе. В любом случае, каждый бизнес должен смотреть на развитие сельского туризма с своей собственной точки зрения адекватного возврата. Конечно, коммерческий сектор, в первую очередь отвечает за экономическое воздействие туризма, но этот сектор также сильно зависит от общественных и некоммерческих секторов, которые используют достопримечательности и управляют доходами, которые приносят туристы.

Некоммерческие организации имеют свои собственные социальные и культурные цели для участия в туризме. Например, региональные отделения Российского союза сельской молодежи развивают проект сохранения

национального наследия сельских поселений, их программа развития сельских сообществ и сельского туризма совместимы и имеют схожие цели.

#### ***Обеспечение гласности планов действий***

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

#### **4.5. Ступень пятая: Мониторинг и оценка результатов**

Мониторинг развития туризма в поселении имеет важное значение для его успешного планирования и поддержания активного участия. Жители должны чувствовать, что они получают отдачу от своего вклада в процессе, это могут быть затраты времени, денег, или просто желание оставаться открытыми для нового направления в развитии местного сообщества.

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

Оценка прогресса туризма требует сбора исходной информации с самого начала. Факты о настоящем экономическом воздействии, количества объектов, количества новых рабочих мест и количество посетителей должна быть получена. Затем, по мере развития новых достопримечательностей, если новые общественные улучшения сделаны, местные организации повысили свою ориентацию для посетителей поселения и более эффективное продвижение туризма осуществляется, результаты должны быть проверены. Эти данные будут оказывать помощь в понимании причин успеха и возникающих препятствий в процессе развития сельского туризма. Они будут предоставлять необходимые данные спроса и предложения для текущего планирования, управления и маркетинговых акций.

Индивидуальные программы и проекты сельского туризма в поселении должны также иметь компоненты оценки. Насколько эффективным являются рекламные кампании, специальные мероприятия и реализация других проектов? Планирование туризма является непрерывным процессом определения стратегий для удовлетворения потребностей и целей

сообщества. Только оценка успешной реализации этих стратегий может обеспечить то, что успехи и неудачи будут определены и новые направления развития сельского туризма запланированы.

### ***Пример положительного результата действия местных инициативных групп***

В Кировской области четыре года успешно реализовали проект по поддержке местных инициатив, позволяющий объединить ресурсы областного, муниципального, местного бюджетов и направить их на решение социально важных проблем. Стартовав в нескольких поселениях, проект быстро распространился на всю территорию Кировской области. В общей сложности за четыре года было реализовано 920 инициатив граждан, более миллиона человек стали благополучателями от реализации этих инициатив. Комплексная оценка результатов проекта показала, что проект поддержки местных инициатив оказывает положительное влияние на качество жизни населения и кардинально меняет представления и мотивацию участников, 80% населения территорий непосредственно пользуются его результатами и 90% населения считает, что его надо продолжать.

## **5. Вовлечение женщин и молодежи в новый вид деятельности в поселении**

На заседании Комитета Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию в октябре 2014 г. было отмечено, что для инновационного развития сельских территорий и решения проблем российских сельских поселений требуется создание региональных инновационных центров развития, несельскохозяйственных видов деятельности, которые могли бы занять кадровые ресурсы, не задействованные в аграрном секторе. Например, сельский туризм и рынок услуг. Было отмечено, что только объединение усилий всех заинтересованных сторон способно обеспечить решение проблем сельских территорий, вывести их на траекторию устойчивого развития, создать условия для развития конкурентоспособности сельской экономики. В рыночные отношения сельские женщины вступили с наихудшими, по сравнению с мужскими, стартовыми условиями. Несмотря на то, что в сельском хозяйстве женский труд применяется повсеместно среди руководителей сельскохозяйственных предприятий женщин считанные

единицы. Сельские женщины недостаточно информированы о возможности и методах организации собственных предприятий, испытывают трудности в решении юридических и экономических вопросов. Главной проблемой женской занятости остается безработица. Сокращение объема сельскохозяйственного производства обусловило недоиспользование женской рабочей силы. Возникли существенные сбои в воспроизводстве профессионально-квалифицированной структуры занятых женщин. Как наименее конкурентоспособная часть занятого населения, сельские женщины больше всего ощущают социально-экономические последствия реформ на селе. Заметно ухудшилось их материальное положение. Среди семей, имеющих детей, доля бедных составляет около 50%, среди молодых семей — более 60%. В этих условиях усиливаются неблагоприятные тенденции в положении женщин в разных сферах жизнедеятельности — сокращается их представительство в органах государственной власти, снижается их конкурентоспособность на рынке труда, ограничиваются возможности получения новой работы, что создает угрозу для физического и духовного здоровья населения страны. Анализ литературы последнего десятилетия по экономическим аспектам сферы занятости сельских женщин дает представление о том, что рынок труда сельской работницы представляет собой сложную систему общественных отношений со сложившимися стереотипами, ориентацией, мотивацией сельских женщин на более высокой их экономический статус в социальной роли в сфере занятости. Все это зависит от хода аграрных реформ на селе, научно-технического процесса, от уровня профессиональной подготовки самих работниц.

Занятость сельских женщин и молодежи в несельскохозяйственных отраслях — занятость альтернативная и трудно оценить тенденции в этих видах занятости: являются ли они традиционными в этой местности или появились как альтернатива аграрному сектору в недавнее время, расширяется или сужается эта занятость. Возникновение предпринимательских структур, предъявляющих спрос на труд в альтернативных сферах сельской деятельности, может свидетельствовать о

возникновении спроса на продукцию и услуги. В этом смысле интересно формирование в стране в целом рынка дикоросов и рынка услуг сельского туризма. Сельский туризм, начинающий динамично развиваться в сельских поселениях может существовать в разных формах и создать много видов занятости. Это и небольшие сельские гостиницы, и гостевые дома, для обслуживания которых нанимается персонал из местных жителей; это и оборудование для приема гостей сельских домов, обслуживаемых одной семьей с привлечением или без дополнительной рабочей силы. Целью такого приема приезжих может быть туризм как таковой, а может быть предоставление сезонного найма жилья (дача). Возможно сочетание предоставления временного жилья и пансиона, егерских услуг, сдачи в наем оборудования для рыбалки и охоты, прокат лошадей для конных прогулок, экскурсионное обслуживание и т.д. Поэтому аренда жилья одной семьей может иметь мультипликативный эффект в сфере занятости для хозяев дома и других семей в данном селе и сельском поселении в целом. Из этих видов деятельности наиболее распространены услуги — вспашка огородов, уборка урожая, строительные услуги, производство сувениров и т. д.

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

- Специализированные бизнес-курсы для начинающих предпринимателей и техническое содействие;
- Повышение доступа к финансированию и кредитам – через фонды гарантий по кредитам, специальные займовые фонды, консультации для заполнения кредитных заявок и др.;
- Новые технологии, диверсификация производства и управление для женщин-фермеров;
- Менторская поддержка со стороны успешных предпринимателей.

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

В Германии сельское хозяйство продолжает оставаться важной отраслью страны, но интенсификация производства привела к закрытию многих ферм, потере рабочих мест. В рамках программы Leader+ был организован тренинг для 40 женщин по развитию туризма в сельской местности земли Хессен. Местная активная группа, организованная в рамках реализации программы Leader+ предложила провести тренинг по развитию туризма, который состоял из 3-х модулей: основные квалификации, специализация в туризме и развитие проекта по агротуризму. Поддержка семьи являлась основным фактором начала бизнеса в сельском туризме. После одного из тренингов по организации агротуризма из 16 участников - 12 женщин организовали свои фирмы, остальные получили полную или частичную занятость в новом бизнесе. В сравнении с мужчинами предпринимателями, женщины предприниматели в сельской местности склонны больше к работе в команде, они менее эгоцентричны и личное эго для них менее важно, по сравнению с идеей организации или бизнеса, которому они служат. Одними их самых основных характеристик успешных сельских женщин предпринимателей за рубежом являются:

- они могут организовывать людей, использовать стратегии и технологии в соответствии с меняющимися обстоятельствами;
- они обычно являются креативными людьми, идущими на риск ;
- они преуспевают во время перемен и успешно справляются с нестабильностью;
- они непоколебимы и дисциплинированы в осуществлении своих взглядов и идей; и
- им нравится принимать решения, а также принимать долгосрочные решения.

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

- создание службы обеспечения рабочими местами женщин в сельскохозяйственном секторе;
- повышать уверенность в себе у сельских женщин-производителей;
- продвигать продукцию, выпускаемую сельскими женщинами;
- проводить соответствующие тренинги для повышения квалификации и развития трудовых ресурсов; и
- способствовать устойчивому развитию индивидуальных групп и сети сельских женщин.

Следует отметить, что главной задачей развития сельских женщин - это развитие людей. Можно предлагать новые слова или проекты, но настоящее развитие только то, что изменяет людей. Поэтому, принимая новые инициативы, такие как сельский туризм, необходимо согласовывать все действия местной инициативной группы, чтобы новое было выражением потребностей самих сельских женщин. Можно менять инфраструктуру, увеличивать финансовые и материальные ресурсы, но если люди сами не будут меняться, в сельской местности ничего существенно не изменится.

На бескрайней территории нашей страны находится огромное количество населенных пунктов - городов и деревень со своей уникальной историей, со своими традициями и обычаями, со своими героями. И сегодня как никогда важно, чтобы каждый россиянин знал эту историю своей малой Родины, знал своих предков, чтил и сохранял их достижения, ведь в них заложена основа величия и незыблемости родной страны.

Именно для этих целей на просторах Рунета появился всероссийский портал «Культурно-историческое наследие села» ([nasledie-sela.ru](http://nasledie-sela.ru)), который был

создан в рамках реализации Российским союзом сельской молодежи при поддержке Министерства сельского хозяйства Российской Федерации всероссийского молодежного проекта по сохранению культурно-исторического наследия села и повышению информированности населения о возможностях самореализации на сельских территориях.

На данном Интернет-ресурсе представлена интерактивная карта России, где можно ознакомиться с интересной информацией о малых городах и сельских населенных пунктах нашей огромной страны. Каждый россиянин может стать и создателем Интернет-территории, рассказать миру о своем районе, деревне или селе. При этом портал дает возможность не просто разместить информацию, но также и поучаствовать во всероссийском конкурсе творческих работ «Моя малая Родина», который ежегодно, уже в течение пяти лет, проводится Российским союзом сельской молодежи и снискал широкую популярность и любовь у жителей самых разных уголков России. Кроме того, в разделе «Трудовые достижения» посетители портала могут прочитать о выдающихся и просто успешных жителях российских сел - их примеры поистине вдохновляют на подвиги. Важной составляющей ресурса является и информационно-консультационная функция, именно поэтому был создан раздел, посвященный работе специализированных «мобильных бригад», призванных рассказать жителям сельских территорий о реализуемых в стране мерах государственной поддержки.

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

Уже третий год (ранее - в формате проекта «Мобильные бригады») информационно-консультационные бригады, сформированные региональными органами управления АПК совместно с аграрными образовательными организациями из числа студентов и/или аспирантов, активистов Российского союза сельской молодежи, представителей отраслевых союзов, информационно-консультационных центров и прошедшие специализированную подготовку, выезжают в районы регионов для проведения встреч с сельским населением,. Они консультируют жителей сел и деревень о проводимой государством политике по развитию сельских территорий и поддержке агропромышленного комплекса, возможностях

использования механизмов действующих программ и реализуемых проектов в сфере сельского хозяйства для решения конкретных задач развития сельскохозяйственной и несельскохозяйственной деятельности на селе на основе собранной, обработанной и структурированной информации и проводят мониторинг качества реализации государственных программ развития АПК и сельских территорий. В рамках профориентационной деятельности информационно-консультационные бригады проводят с сельской молодежью беседы и презентации, популяризирующие аграрные профессии, организуют выезды для учащихся сельских школ и аграрных средних специальных учебных заведений на передовые сельскохозяйственные предприятия региона.



Без Интернета в селе жизни нет...

Молодежь может оперативно решить многие вопросы и задачи, которые необходимо выполнить для организации сельского туризма. Информационно-консультационные бригады могут провести опросы и мониторинги, подобрать исторический материал для подготовки рекламных продуктов, довести до сельских жителей информацию об успешных примерах организации сельского туризма в других поселениях, регионах. Особенно важно их участие в событийные мероприятия и праздники поселений. Молодежь охотно участвует в работе аттракционов. Многие молодые люди становятся начинающими предпринимателями в сельском

туризме, предлагая такие услуги туристам, как прокат велосипедов, катание на лошадях, занятия с детьми школьного возраста и т.д. Сельский туризм создает благоприятные условия для реализации предпринимательского потенциала молодежи и может дать в результате не только экономический, но и социальный эффект. Кроме того, молодежь имеет мотивы, обуславливающие готовность работать в новом бизнесе: желание добиться независимости и материальной обеспеченности, желание реализовать свои самые разные идеи и амбиции. Участвуя в развитии сельского туризма молодежь больше узнает и ценит свое поселение, проявляет инициативы создания новых туристических объектов или продуктов, учится промыслам и с гордостью проводит мастер-классы для туристов. Примером привлечения молодежи в сельский туризм является Республика Карелия, где событийный туризм организован на высоком уровне. Примеры событийных мероприятий в Карелии:

- «Масленица – целовальница» - древний славянский праздник, доставшийся нам в наследство от языческой культуры. Она справляется за семь дней до начала Великого поста и приходится на период с конца февраля до начала марта. Это - веселые проводы зимы, уличные народные гуляния, хороводы, катания с гор, блины и веселье.

- «Олония – гусиная столица» - экологический праздник . Олонец – место весенней стоянки диких гусей при перелете на Север. Проводятся «Гусиные бега», конкурсы, соревнования и «гусиный конкурс красоты». Украшением праздника служит водный праздник - «Гонки по Олонке».

- «Киндасовские посиделки» - сельский фольклорный праздник юмора в д.Киндасово, проводимый каждое третье воскресенье июня. «Киндасово» в переводе с карельского означает «Рукавицино» и живут в нём незадачливые киндасовские мужики, которые всё делают невпопад. Ежегодно на праздник собираются весельчаки и юмористы из разных уголков Карелии, России и зарубежных стран. Каждый гость на празднике становится участником весёлых розыгрышей на «Киндасовской таможне», совершает прогулку по «Киндасовскому Арбату», может побывать на «Блинной поляне», послушать задорные частушки на «Частушечном ринге», изучить «Особенности киндасовской рыбалки», посетить ярмарку и отведать карельских блюд;

- фестиваль национального костюма «Олонецкий хоровод» - знакомство с культурой коренного населения Карелии – карел. Обычаи, традиции, праздники, ремесла карел в праздничном театрализованном представлении в одном из древнейших поселений Карелии. Первое письменное упоминание об Олонце относится к 1137 году. «Олония», «олончане» - многие века обозначали Карелию и ее жителей.

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

## **6. Рекомендации центрам сельскохозяйственного консультирования**

Повышение эффективности деятельности консультационных организаций предусматривает не только их деятельность по повышению инновационного и эффективного сельскохозяйственного производства, но и развитие сельских территорий. По первому направлению профессиональные информационно-консультационные услуги оказываются товаропроизводителям всех форм собственности, центры активно участвуют в реализации федеральных и региональных целевых программ, особенно по реализации программ «Поддержка начинающим фермерам» и «Развитие семейных животноводческих ферм». Началось развитие нового направления в деятельности центров – инжиниринг, деятельность в рамках которого должно ускорить внедрение новых технологий и модернизацию агропромышленного комплекса страны. В то же время, в устойчивом развитии сельских территорий, в части социального развития села, службы сельскохозяйственного консультирования не принимают достаточного участия. В то же время, на всех уровнях, от сельского населения до Минсельхоза РФ, очевидна необходимость в повышении информированности населения о выполнении программы устойчивого развития сельских территорий, участия сельских жителей в реализации программы, положительном региональном опыте. Переход к устойчивому развитию означает постепенное обеспечение целенаправленной самоорганизации сельского сообщества, в экономической, социальной и экологической сферах. После многих лет полного государственного управления на сельских территориях сельским жителям трудно переходить на самоуправление и принятие самостоятельных решений, нести ответственность за жизнь своего поселения. Этот процесс не только не быстрый, но и требует терпеливого информирования и обучения населения.

Повышение модернизации АПК повысит и так высокий уровень безработицы в сельской местности, поэтому диверсификация деятельности и сельский туризм, как новый вид предпринимательства в несельскохозяйственном секторе сельской экономики являются насущными задачами. Некоторые региональные центры сельскохозяйственного консультирования в регионах занимаются этими вопросами (например, Республика Башкортостан проводит тренинги по сельскому туризму, Самарская область проводит региональные ярмарки сельского туризма и промыслов, Калининградская область и Республика Мордовия активно проводят семинары и вебинары для организаторов сельского туризма), но в целом, следует организовать работу по данному направлению более

профессионально. Центры должны быть готовыми оказывать не только информационные, но и консультационные услуги по следующим направлениям:

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

Для активизации работы в данном направлении центры должны иметь консультантов, которые должны иметь (или дополнительно получить) профессиональную квалификацию по вопросам социального развития села. Консультанты должны отлично знать содержание федеральной и региональной программы устойчивого развития сельских территорий, чтобы квалифицированно могли дать консультации по всем мероприятиям программ. Для жителей сельских поселений и сельских администраций необходимо готовить информационные брошюры и листы. Особенно важно проводить семинары для жителей села. Для этого необходимо определить:

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

На основании этого выбираются оптимальные формы и методы консультирования. Основная цель в этой деятельности **развивать людей, а не технологии**. Для этого, надо соблюдать следующие принципы:

1. *Обучение на практике*. Взрослые не изменят свое поведение и практику только потому, что кто-то им говорит, что делать и как менять. Они лучше учатся на собственном опыте, чем от пассивного прослушивания. Например, развивать ландшафтный дизайн и организовать женщин на благоустройство поселения гораздо эффективнее через организацию демонстрационных участков, проведение практических семинаров, посещение профессиональных

- компаний, организацию благотворительных акций благоустройства публичных мест (больницы, АЗС), чем проведение теоретических семинаров и публикация информационных листов.
2. *Запросы жителей – основа обучения.* Сельские жители, а не консультанты, решают что важно для них, и что соответствует их текущим потребностям. Если поселение решило организовать сельский туризм, то всегда есть острая потребность обучения хозяев гостевых домов. Тема семинара и тренеры выбираются по вопросам, которые больше всего необходимы жителям данного села, потому что в каждом поселении есть свои вопросы. В одном селе не знают как себя рекламировать, в другом как организовать досуг туристов, как использовать событийные мероприятия.
  3. *Узнавать, как учиться.* Всему научить невозможно на семинарах, поэтому важно показать сельским жителям как они могут использовать Интернет для поиска ответа на свои вопросы, дать им полезные ссылки на сайты. Например, Ассоциация семейного бизнеса России (<http://asbr.org>) оказывает информационную и правовую помощь семейным компаниям, Благотворительный фонд по поддержке малообеспеченных и безработных «Свое дело» ([www.swoedelo.ru](http://www.swoedelo.ru)) оказывает консультационную поддержку и организует обучение микро-предпринимательству в сельской местности, организации сельского туризма, АгроТуризм ассоциация ([www.agriturism.ru](http://www.agriturism.ru)) консультирует хозяев гостевых домов и проводит вебинары для регионов по сельскому туризму. «Ассоциация самых красивых деревень в России» ([www.krasaderevni.ru](http://www.krasaderevni.ru)) объединяет сельские населённые пункты, обладающие выдающимся историко-культурным и природным наследием, в целях содействия сохранению и лучшему задействию этого наследия, развитию сельского туризма, вовлечению сельских жителей в процессы саморазвития и повышению привлекательности сельских территорий. Присоединиться к Ассоциации могут "живые" (не музеефицированные) деревни, сёла, посёлки, станицы, аулы и прочие сельские населённые пункты численностью населения не более 2 000 человек, сохранившие, хотя бы отчасти, сельский уклад жизни и имеющие выраженное желание развиваться в соответствии с целями и задачами Ассоциации.
  4. *Идентификация проблемы – решение проблемы.* Проблемы представляются именно как проблемы, а не ограничения. Для сельской администрации и лидеров сельских общин важны семинары по

различным аналитическим методам, которые помогут им выявлять и решать любые проблемы.

5. *Сила в единстве.* Расширение возможностей на основе коллективных действий имеет большое значение для повышения уровня самоуправления в сельских поселениях. Это важно для формирования местных инициативных групп, в которых жители села более энергичны чем индивидуальные лица. Сочетание двух или более разумных предложений или инициатив часто более успешно, чем одна. Зарубежные консультанты выражают это как  $1+1=3$ , то есть один ум+один ум создает новый, третий ум. В России широко известна поговорка: «Одна голова хорошо, а две лучше».
6. *Систематический процесс обучения.* Опыт лучших консультационных центров показал, что наилучшие результаты достигаются при систематических встречах. Охватить одновременно консультациями и семинарами все сельские поселения невозможно, поэтому необходимо организовать все мероприятия в определенный день и тогда не нужно будет специально приглашать людей. Например, каждый первый вторник месяца обучение и групповые консультации проводятся в одном районе, второй вторник в другом и так далее.
7. *Создание полевых школ.* Полевые школы можно организовать по разным направлениям социального развития села. Известны школы сельского туризма Ивановской и Свердловской областей, где жителей сел области учат всему, что необходимо знать для развития успешного туризма. Такие же школы можно организовать по народным промыслам и ремеслам, самозанятости населения и изготовлению домашних заготовок и т.д. Российские женщины в течение многих лет придумывали тысячи разных рецептов и знают много секретов, как лучше сохранить для зимы витаминную продукцию. Во время проведения занятий полевой школы многие женщины поселений е только могут научиться новым способам консервирования, но и испытать чувство самоуважения при рассказе и демонстрации своих заготовок. Такие демонстрации могут открыть совершенно новые продукты, которые могут быть использованы как бренд своего поселения и продвигаться через рынок сельского туризма. Продвижение производства органической продукции имеет все шансы быть успешным в регионе если начнет продвигаться через полевую школу по безопасному и полезному питанию в семье.

Соблюдение принципов работы с сельскими жителями позволит поддержать развитие гражданского общества и повышению уровня жизни в сельских поселениях.

Региональным центрам можно рекомендовать создать Центры развития для активной деятельности по реализации ФЦП устойчивого развития сельских территорий, по примеру « Центр инжиниринга АПК» при региональном центре сельскохозяйственного консультирования «Аграрный центр Томской области».

### ***Центры развития сельских территорий***

Создание Центра развития при региональных и районных центрах сельскохозяйственного консультирования создаст возможность обеспечить место встречи и разработать механизмы сотрудничества всех участников процесса развития сельских поселений: представителей администрации, малого и среднего бизнеса, активных слоев населения и других заинтересованных лиц, создать базу данных и обеспечить эффективное управление информационными потоками для предпринимателей, обеспечить обмен информацией между администрацией, представителями бизнеса и другими заинтересованными структурами. Примерный план действий центра:

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

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

Таб.1 Основные задачи Центров развития и мероприятия, их обеспечивающие

Региональный маркетинг является важным направлением деятельности Центров развития. В процессе регионального маркетинга в регионе разрабатывается региональный профиль – то есть сумма качеств, которые отличают регион от регионов конкурентов и который необходим для создания неповторимого и уникального имиджа сельского поселения.

Важным в процессе регионального маркетинга является разработка регионального логотипа и имени (региональная марка). Эти элементы являются важнейшими инструментами взаимодействия потребителям/клиентами региона.

Региональная марка может использоваться:

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

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

- Определение проблем конкретных сельских поселений, молодежи, женщин предпринимателей или самозанятых женщин
- Определение проблем, общих для всех жителей сельских поселений
- Выбор и организация целевых групп сельских предпринимателей или самозанятых жителей проявивших инициативу участия в сельском туризме
- Выбор оптимальных форм и методов для достижения цели
- Разработка конкретного плана действий
- Обсуждение плана с жителями поселения
- Реализация и мониторинг плана.

Центры сельскохозяйственного консультирования могут оказать существенное воздействие на реализацию программ устойчивого развития сельских территорий, посвятив время отладке ее механизмов через информирование, консультирование и обучение.



Праздник урожая. Село Васильевское, Сергиев Посадского района Московской области.

## 7. Заключение

Политика сельского развития в России сегодня должна строиться на иных принципах. Прежде всего, это должна быть региональная политика при финансовой и институциональной поддержке федерального центра. При огромном разнообразии проблем и возможностей их решать по территории всей страны, не может быть единых рецептов из Москвы. В каких-то регионах проблема решается использованием леса и его ресурсов, в каких-то - туризмом, в каких-то - приграничными возможностями и т.д. Разрывать порочный круг сельской бедности перспективно в трех направлениях.

Во-первых, это создание альтернативной занятости. Занятость может рассматриваться альтернативной, если ею не занимаются на данной территории основные сельскохозяйственные производители, но она вполне может быть сельскохозяйственной. Иными словами, формирование альтернативных источников доходов может происходить в результате диверсификации деятельности в регионе. Отсюда вытекают два способа поддержки. С одной стороны, это создание системы мелкого кредита в сельской местности для финансовой поддержки инициативы самих жителей. Это могут быть кредитные кооперативы (как в Ленинградской области) или специальные муниципальные фонды (как в Пермском крае). Без государственной финансовой и институциональной поддержки такие самодельные институты не смогут возникнуть и не смогут собрать

первоначальный капитал. Также нужны облегченные формы регистрации мелкого бизнеса в сельской местности, причем надо исходить из понимания того, что возможные упущенные потери от налогов от такого бизнеса не сопоставимы с огромными потерями государства от невозникновения такого бизнеса. Сельский туризм это один из видов деятельности, который обладает мультипликативным характером. Привлечение туристов в поселение создаст места работы и принесет доход не только тем, которые предлагают проживание, но и местным кафе, прокату спортивного инвентаря, организаторам народных праздников и событийных мероприятий, промыслам и ремеслам, мобильным услугам, центрам Интернет и.д.

Во-вторых, необходимы государственные усилия по развитию инженерной и социальной инфраструктуры инновационного направления. Здесь нужно уйти от сложившихся в советское время парадигм. Так, в инженерном обустройстве домов у нас преобладает централизованный подход, который на много дороже решений автономного обеспечения отдельных домов и групп домов, особенно в области энергообеспечения из альтернативных источников. В сфере социальной инфраструктуры все еще довлеют представления о необходимости хорошей школы или больницы в деревне. При современных дистанционных технологиях радикальные решения лежат в плоскости дистанционного обучения и диагностирования, мобильной помощи. Интернет для культурного обеспечения отдаленных деревень будет значить на много больше, чем традиционный клуб или сельская библиотека. Важное значение имеет грантовая поддержка местных инициатив сельских жителей. Она позволит не только использовать достопримечательности сельских поселений, но и возродить те культурно- исторические объекты, которые сохраняют идентичность сельского поселения. Особое значение имеет позитивный опыт самоуправления и формирования гражданского общества сельского поселения в процессе реализации программы грантовой поддержки местных инициатив.

В- третьих, необходимо менять задачи сельского образования. До сих пор сельское образование нацелено на подготовку сельскохозяйственных работников. Как было показано выше, в сельской местности остро нужны специалисты других профессий - специалисты в сфере туризма и сервиса, в сфере бытового обслуживания и оказания услуг населению, организаторы кооперативов и проч. Помимо традиционного образования необходима система распространения положительного опыта - нужно эксплуатировать присущую сельским жителям способность быстро перенимать позитивный опыт друг от друга. Для решения этой задачи необходимо активизировать деятельность центров сельскохозяйственного консультирования на всех уровнях. На федеральном уровне по методическому и информационному обеспечению консультирования по вопросам устойчивого развития сельских территорий; на региональном уровне по организации центров развития сельских территорий, подготовке

специалистов и консультантов, поддержке их деятельности в районах; на районном уровне по информированию, консультированию и обучению сельских жителей через организацию полевых школ, публикацию информационных бюллетеней, организацию обмена позитивным опытом развития сельских поселений.

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

## **8. Приложения.**

### **Приложение 1**

#### **Устав общины деревни Холм**

##### **1.Общее положение**

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

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

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

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

1.5.Община выступает в качестве истца и ответчика в суде общей юрисдикции, арбитражном и третейском судах, отвечает по собственным

обязательствам, но не несет ответственности за обязательства, данные отдельным членом общины.

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

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

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

## **2.Цели и задачи**

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

### **2.2.Задачи общины:**

- решение совместно с государственными органами вопросов закрепления за общиной территории (земля, лес, водное пространство), необходимой для полноценной деятельности деревенских жителей;
- создание под эгидой общины экономических обществ, маломасштабных и семейных предприятий, кооперативных объединений сельскохозяйственного и иного направления;
- сохранение и рациональное использование этой территории – среды обитания;
- участие в разработке и осуществлении социальных программ, направленных на повышение уровня жизни и благосостояния жителей деревни, их занятости;
- участие в агрономических мероприятиях, повышающих плодородие общинных земель, забота об увеличении рыбных запасов Холмовского и Лахтинского озер и чистоте этого питьевого источника, охрана и рациональное использование прилегающих лесов;
- содействие в экологическом и санитарном оздоровлении деревни и ее окрестностей, сборе и переработке отходов;
- содержание в надлежащем порядке деревенского кладбища, недопущение несанкционированных захоронений;
- развитие базы отдыха и досуга в деревне, оборудование мест проведения сходов, праздников и других массовых мероприятий;

- содействие в организации и функционировании местной церковной общины, строительство и поддержание в надлежащем порядке здания местной церкви;
- соблюдение традиционного архитектурного и планировочного облика деревни;
- решение возникающих споров и противоречий внутри общины.

### **3. Членство**

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

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

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

#### **3.4. Права члена общины:**

- а) избирать и быть избранным в руководящие органы общины;
- б) вносить на рассмотрение руководящих органов общины проекты документов, запросы и предложения, требовать их компетентного рассмотрения (при необходимости привлекать специалистов или экспертов), аргументированного ответа на них, добиваться, в случае положительного решения, воплощения их в жизнь;
- в) обращаться в правление общины для защиты своих интересов и прав, имущества и земли, находящихся в личной собственности, а также за организационной, финансовой и иной помощью;
- г) принимать участие в мероприятиях, проводимой общиной, на равных правах пользоваться ее имуществом;
- д) получать информацию о расходовании общинных денежных средств, находить и предлагать дополнительные источники пополнения бюджета;
- е) пользоваться в установленном порядке всеми видами культурного, бытового и иного обслуживания, находящегося в ведении общины;
- ж) свободного выхода из общины (без права востребования уплаченных взносов и установленных по решению схода внутренних сборов) с имуществом и землей, находящихся в личной собственности. За таким жителем деревни остается право пользоваться угодьями, состоящими в общинной собственности, за соответствующую плату.

#### **3.5. Обязанности члена общины:**

- а) строго выполнять решения схода и правления;
- б) неукоснительно соблюдать экологические, санитарные, противопожарные требования, поддерживать опрятный вид своего дома, хозяйственных построек и прилегающей к усадьбе общинных территорий и части улицы. Эти требования распространяются и на тех жителей деревни, кто не пожелал войти в состав членов общины;
- в) бережно относиться к общественному имуществу, предметам хозяйственного обихода общего пользования;
- г) деятельность члена общины не должна ущемлять права и интересы других граждан, проживающих в деревне, наносить им вред и ущерб. Все конфликты и противоречия разрешает авторитетная выборная общим собранием комиссия, а в случае необходимости – общее собрание.

#### **4. Организационная структура и управление общиной**

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

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

4.3. Общее собрание решает все вопросы, касающиеся жизни общины; к исключительной его компетенции относятся:

- а) утверждение устава, дополнений и изменений к нему;
- б) избирание правления и старосты;
- в) определение основных направлений деятельности общины;
- г) утверждение планов и отчетов руководящих органов общины;
- д) определение размеров вступительных взносов, а также разовых сборов на конкретные цели;
- е) утверждение бюджета общины;
- ж) прекращение деятельности общины.

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

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

4.6. Исполнительным органом общины является **правление**.

Правление решает все текущие вопросы жизнедеятельности общины в период между общими собраниями:

- а) несет представительские функции во взаимоотношениях с органами местного самоуправления, другими юридическими лицами;
- б) выступает заказчиком на выполнение работ по благоустройству, ремонту жилого фонда и объектов социального назначения общины с использованием предусмотренных на это средств местного бюджета, собственных финансовых и материальных ресурсов;
- в) организует производственную деятельность с целью удовлетворения социально-экономических потребностей членов общины;

г) проводит проверки экологического, санитарного и эстетического порядка в деревне, а также использования общинных земель и делает соответствующие распоряжения по нарушениям этого порядка.

4.7. Количество членов правления определяет общее собрание.

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

4.9. Члены правления подотчетны общему собранию.

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

4.10. Руководит правлением председатель (староста).

4.11. Председатель обладает правами:

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

б). подписывать документы от имени общины;

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

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

д). добивается выполнения решений правления и общего собрания.

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

## **5. Средства и имущество общины**

5.1. Собственные финансовые средства образуются за счет:

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

б) вступительных взносов членов общины;

в) разовых сборов на конкретные цели;

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

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

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

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

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

а) оплату выполненных работ по договору с общиной;

б) организационно-хозяйственные нужды;

- в) строительство и ремонт дорог, тротуаров, коммуникаций, общественных зданий, техники, инвентаря общего пользования;
- г) поддержание чистоты и порядка на территории общины;
- д) оплату командировок представителям общины на выполнение уставных задач;
- е) благотворительные цели, поддержку престарелых, инвалидов, многодетных семей, погорельцев и других остро нуждающихся жителей деревни;

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

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

### **6. Прекращение деятельности общины**

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

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

### **7. Изменения и дополнения в Устав общины**

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

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

## **Приложение**

Социальный паспорт деревни

### **Общие данные:**

- 1) Название населенного пункта и его административная принадлежность
- 2) Время основания и историческая справка деревни
- 3) Географическое положение (близость автомобильных и железных дорог, судоходных рек, аэропорта, расстояние до районного и областного центров и т.д.)

### **Население:**

- 1) Общее количество: по возрастам: (дошкольники, школьники, учащиеся вузов, техникумов, трудоспособный возраст, пенсионеры)
- 2) Средний возраст

- 3) Проживают постоянно или Сезонно
- 4) Работающие, в т.ч. в бюджетной сфере  
неработающие в т.ч. официально зарегистрированные  
на самозанятости (работающие на дому через службу занятости)

#### Жилье:

- 1) Общее количество домов
- 2) Количество домов, хозяева которых в них прописаны
- 3) не имеют местной прописки
- 4) живут постоянно
- 5) селятся на сезон
- 6) Пустующие (брошенные) дома
- 7) Дома, на владение которыми оформлены все необходимые документы
- 8) оформлены частично
- 9) нет никаких документов

#### Хозяйство

- 1) Общая площадь деревни и прилегающей к ней территории (в га)
- 2) Общая площадь сельхозугодий
- 3) В частном пользовании
- 4) В коллективном пользовании
- 5) Пастбища и сенокосы
- 6) Количество фермерских хозяйств
- 7) Количество крестьянских хозяйств (подворий)
- 8) Другие формы собственности на землю (аренда и т.д.)
- 9) Площадь необрабатываемой или запущенной (резервной) земли
- 10) Количество хозяйств, с полностью оформленными документами на землю
- 11) Общее количество скота: коров, овец, коз, лошадей и т.д.

#### Производственные характеристики

- 1) Действующие или заброшенные мельницы, маслобойки, пилорамы, кузницы и т.д.
- 2) Действующие или пустующие помещения производственного назначения и культурно-бытового обслуживания, которые можно использовать (детсады, школы, дома культуры и т.д.)
- 3) Наличие техники и орудий труда (действующих или брошенных)
- 4) Промыслы и ремесла, характерные для села
- 5) Наличие мастеров (печники, плотники, столяры, кузнецы и т.д.)

#### Социальная сфера

- 1) Работающие учреждения
- 2) Работающие временно
- 3) Неработающие учреждения (причина)
- 4) Общее количество работающих в этой сфере людей

#### Связь

- 1) Телефон (прямой, коммутатор)
- 2) Факс

- 3) Интернет, электронная почта
- 4) ТВ программы
- 5) Радиостанции принимаемые
- 6) Почтовое отделение

#### Энергетика

- 1) Источники электроэнергии (локальные, региональные)
- 2) Количество домов с центральным отоплением (мощность котельной)
- 3) Количество домов с печным отоплением
- 4) Состояние электросетей
- 5) Состояние теплосетей и котельной
- 6) Годовая потребность в дровах, угле, дизтопливе

#### Основные проблемы деревни и их решения

- 1) Существуют ли противоречия между жителями с местной пропиской и так называемыми "дачниками"?
- 2) Существуют ли затянувшиеся земельные (межевые) споры между жителями деревни?
- 3) Есть ли противоречия, прежде всего по земле, между жителями деревни в целом и соседствующими предприятиями и хозяйствами?
- 4) Удовлетворены ли жители деревни работой землемеров местной и районной администраций? Решают ли они земельные споры?
- 5) Есть ли люди, выходцы данной деревни, не потерявшие связь со своей "малой родиной» и желающие обзавестись здесь землей и построить дом?
- 7) Другие противоречия и проблемы

#### Социально-культурный потенциал деревни

- 1) Предложения жителей деревни по разрешению имеющихся проблем
- 2) Наличие лидеров (формальных и неформальных)
- 3) Положительный хозяйственный опыт
- 4) Социально-психологический климат в деревне
- 8) Традиционные престольные и иные праздники.

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

## МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ВОПРОСНИК ПО СЕЛЬСКОМУ ПОСЕЛЕНИЮ

**Севан О. Г.**

Кандидат архитектуры,  
ведущий сотрудник НИИ культурного наследия,  
Член Комитетов ИКОМОС и ЕКОВАСТ

Предлагаемый междисциплинарный «Вопросник» ориентирован на работников местного самоуправления, краеведов-исследователей, местных активистов, сотрудников музеев, библиотек, школьников и др. при консультациях и участии привлекаемых специалистов и экспертов. Предлагается комплексный анализ или диагностика ресурсов в сельских поселениях на уровне района для дальнейшего использования полученных данных в программах и планах развития поселения и соседней территории. Необходимым становится поиск путей и методов взаимосвязи социокультурных, экономических, природно-экологических, ландшафтных, градостроительных аспектов на общем историческом фоне формирования отдельных частей поселения и района с акцентом на управленческие вопросы взаимодействия властей местного и регионального уровней. Такой подход позволит выявить приоритеты, как социально - культурные, так и финансовые, и другие, при разработке и реализации различных программ и проектов развития, осуществить поиск наиболее значимых предложений и определить ограничения для неактуальных проектов в будущем.

Данные об информаторах.

Дата записи. Ф.И.О. информаторов. Год рождения.

Род занятий (сейчас и ранее). Адрес.

### **Блок 1. Региональные аспекты поселения**

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

1.2. Почтовый (административный) адрес:

почтовый индекс

республика (область)

район

муниципальное образование (сельская администрация, бывший сельсовет).

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

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

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

1.6. Есть ли в этом поселении остановка автобуса, железнодорожного транспорта, другого транспорта?

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

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

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

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

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

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

2.6. Какие основные функциональные и экономические особенности выделяют поселение от соседних поселений?

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

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

2.9. Перечень основных христианских, мусульманских и др. праздников, их названия, система празднования в течение года (учесть общие праздники, а также женские, мужские, молодёжные, земледельческие, животноводческие, календарные и др.). Их

отличия, время празднования. Обряды, совершаемые на праздниках в течение всего года.

2.10. Какие праздники отмечались совместно с другими селениями? Где и как они отмечались и сколько дней?

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

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

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

2.14. Отличается ли селение от соседних поселений по обычаям, культуре, языку (диалекту), народной одежде и другим признакам (Покажите это на примере)?

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

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

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

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

2.19. Занятия населения и народные промыслы (ранее и сегодня). Основное (полеводство, овощеводство, животноводство, лесобработка и др., плетение из лозы (корзин, и др.); резьба по дереву, изготовление утвари (деревянной, металлической и пр.); изготовление ткацкого инвентаря, выделка овчины, кожи, битье шерсти, валяние шерсти; изготовление деревянной посуды, бондарное дело, гончарство, производство кирпича, производство игрушек, отходничество (указать вид); ткачество, вязание, крашение нитей и холста, узорное ткачество, вышивка и др. в XIX – I половине XX вв., в настоящее время (Опишите).

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

---

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

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

### **Блок 3. Социально-культурные аспекты жизнедеятельности поселения.**

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

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

3.2. Численность населения, гендерный состав.

3.2.1. Половозрастной состав.

3.2.2. Возрастной состав лиц моложе 18 лет.

3.2.3. Численность населения за последние 15 лет.

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

3.4. Динамика естественной убыли/прибыли населения.

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

3.6. Национальный состав населения.

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

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

3.9. Число участников а) Великой Отечественной войны и б) афганской и чеченской войн?

3.10. Число погибших в Великой Отечественной войне, в «афганской» и «чеченской» войнах?

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

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

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

3.14. Есть ли проблемы в межэтнических отношениях?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3.24. Правонарушения и уровень криминогенности в районе и поселении.

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

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

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

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

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

4.4. Ведущие отрасли производства в населённом пункте (сельскохозяйственное, промышленное, перерабатывающее, др.)? Опишите. Основные проблемы в социально-экономической сфере муниципального образования?

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

4.6. Муниципальное имущество, землепользование, жилищно-коммунальное хозяйство – ЖКХ.

4.6.1. Имущество поселения.

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

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

4.8. Есть ли фермерские хозяйства и желающие стать фермерами?

4.9. Количество скота, находящегося в личном подворье: лошадей, коров, овец, кур?

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

## **Блок 5. Природно-экологические и ландшафтные аспекты поселения**

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

5.2. Реки и речки, которые протекают вблизи поселения.

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

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

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

5.6. Растительность: породы деревьев, растений и пр.

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

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

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

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

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

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

6.2. Существует ли генплан села? Если да, когда разработан и утверждён? Динамика развития (поэтапное) деревень, рабочего посёлка, посёлка городского типа? Имеются ли программы и проекты развития? Опишите основные объекты поселения, историю приватизации и собственности земель.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6.12. Места размещения промысловых и ремесленных построек (мельниц, кузниц, пивоварни, пожарок, коптилен, пасек и пр.). Их устройство (обмеры, фотофиксация, если они сохранились, приложить).

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

6.14. Детально опишите «Дом и его жители» (включая разработку схемы «древа» семьи). Приложите на отдельных листах следующую информацию:

- Строитель дома. Этапы строительства, перестройки, когда осуществлялись, кем.

- Обмеры планов, фасадов, деталей. Фотофиксация.

- Декоративное убранство постройки - скульптура, роспись (наружная, внутренняя), резьба и пр. Места расположения. Фото. Местные названия элементов дома, смысл содержания украшения и пр.

- Перечень строительных обрядов, совершавшихся при постройке дома.

- Перечень лиц, кто жил или продолжает жить в настоящее время в исследуемом доме. Род их занятий.

- Выяснение родственных связей в поселении, их контакты в прошлом и настоящем, составление древа жизни.

- Дети, внуки. Где живут, чем занимаются; если они переехали в другое поселение, город, приезжают ли на родину, как часто? Есть ли у них желание вернуться?

- Благоустройство дома (отопление, канализация, газ, водопровод). Выяснение предпочтений, желаний и возможностей жителей по дальнейшему благоустройству дома: ремонт, реставрация, реконструкция старой постройки или новое строительство. Какое (на городской манер или в традициях района)? Отношение к реконструкции с целью приёма художников, туристов и пр. на летнее время?

## **Блок 7. Организация местного самоуправления в поселении**

7.1. Какие основные нормативные правовые акты регулируют осуществление местного самоуправления и формы самоорганизации граждан (местного сообщества)? Как формируется нормативная правовая база поселения?

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

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

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

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

---

## 9. Литература

1. Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 ноября 2010 г. № 2136-р.
2. Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года
3. Федеральная целевая программа "Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 - 2017 годы и на период до 2020 года"
4. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма В Российской Федерации (2011-2018 годы)»
5. Мерзлов А.В., Овчинцева Л.А., Попова О.А. Региональный опыт разработки программ устойчивого развития сельских территорий. М., Росинформагротех, 2012
6. Мерзлов А.В. Устойчивое развитие сельских территорий (теория, методология и практика), М.,Справочник консультанта, 2007.
7. Рассохина Т.В., Сеселкин А.С. Проблемы оценки системы развития туризма в туристской дестинации// Вестник университета №1, М. ГУУ 2013 г
8. Рассохина Т.В., Факторы формирования спроса на продукт устойчивого сельского туризма (по результатам маркетингового исследования потребительского рынка г.Москвы). Сборник материалов второго международного форума по сельскому туризму, 2013.

9. Сборники 3 –х международных форумов «Сельский туризм в России», М., Росинформагротех, 2012, 2013, 2014.
10. Андреева Н.П. Потребности рынка – знания и консультации. Пятигорск, 2012.
11. Андреева Н.П. Методические рекомендации по созданию в субъектах Российской Федерации объектов казачьего агротуризма с использованием отечественного и зарубежного опыта, М., Росинформагротех, 2014.
12. Горчаков Я.В. Агротуризм в Европе и США: опыт фермеров // Вестник овощевода. – 2009. – № 3. – С. 39.
13. Сельский туризм: опыт, проблемы, перспективы развития в России. М.: ООО «Столичная типография», 2008.– 72 с.
14. Кундиус В.А., Чермянина В.В. Проблемы и перспективы агротуризма в регионе // Известия Алтайского государственного университета. – 2011. – № 2. – С. 289.
15. «Зеленый дом» Организация сельского туризма, методическое пособие. Красноярск 2010г., 104 стр.
16. Мозгунов Н.А. Сельский туризм как фактор развития территории (на примере Орловской области) // Региональные исследования. – 2010. – № 2. – С. 69.
17. Методические рекомендации по ведению аграрного туризма, Издательство: Ноосфера, Калужская обл., 2010 г., 112 стр.
18. Волков С.К. Сельский туризм в РФ: тенденции и перспективы развития // Экономика, предпринимательство и право. — 2012. — № 6 (17). — с. 30-38.
19. Здоров А.Б. Агротуристский комплекс: формирование и развитие: монография / А. Б. Здоров; Российская международная академия туризма. – М.: Логос, 2011. – 211, [1] с. – (Туристика: монографические исследования).
20. Здоров С.А. Развитие культурно-познавательного туризма Московской области в рамках проекта «Зеленое кольцо Подмосковья» [Текст] / С.А.Здоров // Туризм и культура в современном мире: материалы международной научно-практической конференции, 13-14 октября 2011 г. . – СПб.: Астерион., — 0,4 п.л.
21. Савенко В.Г. Состояние и перспективы развития инновационной деятельности в сельском хозяйстве. , М, РусАКО АПК, 2005.

22. Роль служб сельскохозяйственного консультирования в устойчивом развитии сельских территорий. М, Росагроконцентр, 2004.
23. Состояние социально-трудовой сферы села и предложения по ее регулированию. Ежегодный доклад по результатам мониторинга. М.: Минсельхоз России, ГНУ ВНИИЭСХ, ФГНУ «Росинформагротех», 2013.
24. Бондаренко Л.В. Российское село в эпоху перемен. М.: ФГУП «ВО Минсельхоза России», 2003.
25. Фадеева О.П. Неформальная занятость в сибирском селе // Экономическая социология. 2001. Том 2. №2.
26. Панков Б. АПК: выход на новую траекторию развития. Сельская занятость: нужны не столько деньги, сколько оригинальные решения // Человек и труд. 2002. № 8
27. Гимпельсон В. (2004) Занятость в неформальном секторе в России: угроза или благо? Альманах Ассоциации независимых центров экономического анализа. Вып.2. Современные проблемы социальной политики в России. М. [www.aret.ru](http://www.aret.ru)
28. Гимпельсон В. (2003). Неформальная занятость в России. Часть вторая. Где концентрируется неформальная занятость? <http://www.demoscope.ru/weekly/2003/0109/tema03.php>
29. Капелюшников Р.И. (2005) Занятость в домашних хозяйствах населения. Препринт WP3/2005/01/ Серия WP3/ Проблемы рынка труда. М.: ГУ-ВШЭ.
30. Нефедова Т. (2003) Сельская Россия на перепутье/Географические очерки. М.: Новое издательство
31. Мухамад Юнус. Создавая мир без бедности., М., Альпина, 2009.
32. Businesses and jobs in the rural world. OECD, 1992.
33. Start, D. The rise and fall of the rural non-farm economy: Poverty impacts and policy options. Development Policy Review, 2001
34. Hare P.G. (2003) The Non-Farm Rural Economy in Transition Countries. Proceedings from Workshops Held in Bucharest and Yerevan, April 2003.
35. Janowski, M. (2003) Rural Non-Farm Livelihood Activities in Romania, Georgia and Armenia: Synthesis of Findings From Fieldwork carried out at the Village level 2001-2002. Natural Resources Institute, Report No. 2724. March 2003.