

Агроэкотуризм: первые шаги



Могилевское экологическое общественное объединение
«ЭНДО»

Агроэкотуризм: первые шаги

Справочные материалы

Могилев
УПКП «Могилевская областная укрупненная типография
имени Спиридона Соболя»
2013

УДК 338.48-44(476.4)
ББК 65.32(4Бел)
А 26

Составители: Пахоменко Е.И., Сивограков О.В.,
Пахоменко А.Н., Шундалова Л.А., Вишневская С.М.

Под общей редакцией Е.И. Пахоменко и А.Н. Пахоменко

Рецензенты:

И.Н. Шарухо, Председатель Могилевского областного отдела ОО «Белорусское географическое общество», член областного общественного совета по агроэко-туризму, декан факультета естествознания УО «МГУ им. А. А. Кулешова», кандидат педагогических наук, доцент.

С.Н. Шишкин, член Общественно-консультативного совета по агроэкотуризму при Министерстве спорта и туризма Республики Беларусь, региональный координатор по Могилевской области Программы поддержки Беларуси Федерального правительства Германии.



Сборник издан в рамках проекта «Чаусская школа развития агроэкотуризма». Проект выполнялся Могилевским экологическим общественным объединением «ЭНДО» в партнерстве с Чаусским районным исполнительным комитетом, Информационным центром по устойчивому развитию и экотуризму Чаусского района и ОДО «Чаусский бизнес-центр». Проект поддержан Представительством зарегистрированного общества «Deutscher Volkshochschul-Verband e.V.» (Федеративная Республика Германия) в Республике Беларусь.

BMZ

Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung



В сборнике представлены материалы, помогающие организовать деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, рассмотрены юридические аспекты, вопросы налогообложения, информационного сопровождения и разные аспекты практической деятельности в сфере агроэкотуризма.

ISBN 978-985-6848-98-1

© ЭНДО, 2013

Содержание

Предисловие.....	4
Устойчивый сельский туризм	6
Агроэкотуризм в Беларуси: юридические аспекты деятельности	11
Агроэкотуризм: вопросы налогообложения	19
О реализации алкогольных напитков при оказании услуг агроэкотуризма	22
Сельский туризм, фестивали и местные праздники — инструменты устойчивого развития территорий	24
Поддержка развития сельского туризма со стороны общественных объединений Беларуси	52
Информационное сопровождение деятельности в сфере агроэкотуризма	55
Туристический комплекс (кластер) — возможности повышения эффекта от агроэкотуризма для развития сельских территорий	61
Зеленые маршруты (Greenways) — дороги для устойчивого туризма	67
Сеть зеленых маршрутов «Дорогами Радимичей»: первые шаги формирования агроэкотуристического кластера на территории Чаусского района	71
Современные кладоискатели или игра для романтиков	84
Приложения	89

Предисловие

Сборник материалов, который вы держите в руках, появился в результате реализации проекта «Чаусская школа развития агротуризма». Целью проекта было развитие сельских сообществ Чаусского района через повышение доступности образования для взрослых в сфере организации и ведения агротуристического бизнеса.

Для Чаусского района, как и для всей современной Беларуси, характерна тенденция к урбанизации. Численность городского населения неизменно возрастает, в то время как сельских жителей становится все меньше и меньше. Это обостряет социальные проблемы села и в целом негативно сказывается на устойчивости развития территории. Повышение устойчивости развития сельских сообществ Чаусского района связано с необходимостью решения ряда экономических, социальных и экологических проблем. Часто эти проблемы в значительной мере взаимосвязаны. Так результатом низкого уровня доходов населения в сельской местности становится:

- ярко выраженная трудовая миграция;
- повышение среди жителей села процента пожилых людей, неблагополучных семей, людей с невысоким уровнем образованности;
- «вымирание» деревни приводит к потере связи между поколениями и исчезновению культурных традиций;
- у местного населения бытует жесткое потребительское отношение к природе.

Таким образом, противостоять целому ряду социальных и экологических проблем сельской местности Чаусского района может повышение уровня доходов населения.

SWOT-анализ, проведенный в Чаусском районе в период 2009 — 2010 гг., позволил выделить среди сильных сторон территории ее природный потенциал, создающий возможности для развития сельского туристического бизнеса. Однако это преимущество играет незначительную роль в сегодняшнем развитии. Это связано с недостаточной известностью территории среди туристов, недооценкой местным населением туристического потенциала своего края, слабым развитием информационной инфраструктуры, отсутствием у населения навыков и знаний в сфере ведения бизнеса.

Однако повышение уровня знаний и навыков взрослых людей в данной сфере в городе Чаусы в настоящий момент возможно только

в форме самообразования. Вместе с тем, в Местной повестке на 21 век для города Чаусы и Чаусского района отмечена необходимость внедрения на данной территории методов образования для взрослых, как способа вовлечения активных людей в деятельность, направленную на повышение устойчивости территории.

Таким образом, организация Школы развития агроэкотуризма может позволить повысить доступность такого образования для местного населения, положительно повлиять на активность людей в оказании агроэкотуристических услуг и, как следствие, на уровень их доходов. Также возможен положительный эффект за счет формирования традиций семейного туристического бизнеса.

В проекте были реализованы следующие задачи:

1. Изучение слушателями школы успешных практик развития агроэкотуризма на других территориях Беларуси.
2. Повышение потенциала местных жителей в сфере организации агроэкотуристического бизнеса за счет проведения занятий Школы развития агроэкотуризма.
3. Распространение опыта организации образования для взрослых в сфере агроэкотуризма в Чаусском районе среди представителей других территорий Могилевской области.

В результате выполнения проекта, за восемь месяцев 2012 года около 50 человек приняло участие в мероприятиях по проекту, из них около 30 прошли обучение в цикле семинаров.

Группа местных жителей попробовала свои силы в работе с туристами, в активности по созданию привлекательных объектов на территории района, в деятельности по созданию информационной инфраструктуры.

На территории района заложено четыре новых тайника глобальной туристической игры «Геокешинг», создан экомузей «От стилуса до пера», разработан зеленый маршрут «Старый почтовый тракт».

Опыт деятельности Чаусской школы развития агроэкотуризма представлен на круглом столе, где также обсуждены перспективы развития проекта и превращения Чаусской школы развития агроэкотуризма в Региональную (межрайонную) школу развития агроэкотуризма.

Устойчивый сельский туризм

(Информация подготовлена с использованием материалов сети Интернет)

Сельский туризм — это вид туризма, который предполагает временное пребывание туристов в сельской местности с целью отдыха, оздоровления, получения новых впечатлений, удовлетворения интереса к культуре и истории сельской территории. Иногда рассматривают отдельно агротуризм. Такой вид туризма отличается тем, что туристы едут в деревню с целью принять участие в сельскохозяйственных работах, научиться традиционным ремеслам, характерным для аграрных территорий.

Так как в сельской местности нет ни многоэтажек, ни каких-либо заводов, то от сельского туризма обычно ожидают спокойствия и размеренности сельской жизни, чистого воздуха, тишины и натуральных продуктов, комфортных условий проживания, домашней атмосферы, приемлемых цен, ощущения близости с природой, получения новых впечатлений, возможности развлечения для детей и проведения досуга для взрослых. Скорее, это душевное состояние, по велению которого турист активно ищет новый вид отдыха в сельской среде. «Сельский колорит» местности, который ощущает турист, может привлекать его контрастом с современной городской жизнью. Сельский туризм предлагает обновленное взаимодействие с природой.

Сельский туризм - это достаточно молодое туристическое направление. Однако нужно сказать, что за рубежом сельский туризм очень популярен. Интерес к нему обусловлен небольшими затратами и большей близостью к природе, по сравнению с другими видами отдыха.

Туризм может стать новым источником средств для деревни. Он может формировать спрос на местные товары и услуги и, таким образом, давать возможность дополнительного заработка.

Туризм также способен принести местности социальные и культурные выгоды. К примеру, так между местными жителями и приезжими завязываются социальные и межкультурные контакты. И гости, и местное население начинают осознавать ценность культурного наследия и необходимость его защиты. Так укрепляется местное сообщество, инфраструктура и сфера услуг используют-ся эффективнее и становятся более жизнеспособными.

Таким образом, развитие туризма может помочь сельским жи-

телям найти новый потенциал в местной экономике, повышая при этом качество жизни, сохраняя наследие и социальные ценности.

Кроме сельского туризма рассматривают еще и экологический туризм. Экотуризм — это путешествие и посещение природных территорий с главной целью пообщаться с природой, познакомиться с новыми природными явлениями, животными и растениями. Часто это путешествие в природные резерваты, национальные парки, заповедники и другие охраняемые природные территории. Людей прельщает возможность окунуться в новые условия, получить яркие впечатления, экстремальный отдых и при этом совсем необязательно иметь отличную физическую подготовку или опыт турпоходов. Экотуризм хорошо развивается и в качестве интересного незатейливого досуга для богатых людей Запада.

Термин «экотуризм» был введен в обиход в начале 80-х годов XX в. Единое определение экотуризма отсутствует. Существует множество определений, схожих по смыслу, но различающихся по формулировке и контексту. Приведем определения международных организаций:

Международный Союз охраны природы (МСОП): «экологический туризм или экотуризм — путешествие с ответственностью перед окружающей средой по отношению к ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает «мягкое» воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности».

Общество экотуризма(The Ecotourism Society): «Экотуризм — это ответственное путешествие в природные территории, которое содействует охране природы и улучшает благосостояние местного населения».

Всемирный Фонд дикой природы (WWF): «экотуризм — туризм, включающий путешествия в места с относительно нетронутой природой, с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, который не нарушает при этом целостности экосистем и создает такие экономические условия, при которых охрана природы и природных ресурсов становится выгодной для местного населения».

На основании этих определений выделяются следующие отличительные особенности экотуризма, которые сформулированы как набор принципов:

1. стимулирование и удовлетворение желания общаться с природой;
2. путешествие в природу, причем главное содержание таких путешествий — знакомство с живой природой, а также с местными обычаями и культурой;
3. предотвращение негативного воздействия на природу и культуру;
4. сведение к минимуму негативных последствий экологического и социокультурного характера, поддержание экологической устойчивости среды;
5. содействие охране природы и местной социокультурной среды;
6. содействие охране природы и природных ресурсов;
7. экологическое образование и просвещение;
8. участие местных жителей и получение ими доходов от туристической деятельности, что создает для них экономические стимулы к охране природы;
9. экономическая эффективность и обеспечение социально-экономического развития территорий;

Экотуризм предполагает, что местные жители не только работают в качестве обслуживающего персонала, но продолжают жить на охраняемой территории, вести прежний уклад жизни, заниматься традиционными видами хозяйства, которые обеспечивают щадящий режим природопользования. Это приносит определенный доход населению, способствует его социально-экономическому развитию.

Сельский туризм и экотуризм часто относят к мягким видам туризма. Считается, что они базируются на принципах устойчивого развития. В связи с этим, еще одно название этих видов туризма — устойчивый туризм. Он подразумевает положительные экологические, социально-культурные и экономические эффекты воздействий туризма.

Устойчивый туризм — это туризм, который подразумевает неограниченно долгое поддержание ресурсов, на которых базируется. Понятие устойчивого туризма используется и в более широком контексте: «все типы туризма, основанные как на природных, так и искусственных ресурсах, которые вносят вклад в устойчивое развитие».

Если сопоставить особенности «жесткого» и «мягкого» туризма, то получится небольшая таблица, позволяющая легко понять отличия между этими двумя направлениями.

«Жесткий» туризм	«Мягкий» туризм
Массовость	Индивидуальные и семейные туры, поездки в кругу друзей
Кратковременные поездки	Продолжительные путешествия
Быстрые средства передвижения	Медленные и умеренно быстрые средства передвижения
Заранее согласованная программа	Спонтанные решения
Мотивация «извне»	Мотивация «изнутри»
Импорт стиля жизни	Стиль жизни в соответствии с культурой посещаемой страны
«Достопримечательности»	«Впечатления»
Комфорт и пассивность	Активность и разнообразие
Предварительная интеллектуальная подготовка к поездке невелика	Страна, являющаяся целью путешествия, изучается заранее
Турист не владеет языком страны и не стремится его узнать	Язык страны изучается заранее, хотя бы на простейшем уровне
Турист приезжает в страну с чувством хозяина, которого «обслуживают»	Путешественник познает новую культуру
Покупки утилитарны (шоппинг) или стандартны	Покупки – это памятные подарки для друзей
После поездки остаются только стандартные сувениры	После поездки остаются новые знания, эмоции и воспоминания
Турист покупает открытки с видами	Путешественник рисует с натуры или фотографирует сам
Любопытство	Тактичность
Громогласность	Спокойная тональность

Сельские регионы сильно отличаются друг от друга по своему географическому положению, по характеру их отношений с городами, степени развитости местных экономик. Не существует универсального решения вопросов сельского развития, которое можно одинаково применить ко всем регионам.

Этот принцип также относится и к сельскому туризму. Регионы

сильно отличаются друг от друга по возможностям привлечения и приема туристов и, конечно, по степени развитости туризма. Если попробовать поделить туризм в целом по типам, то условно можно выделить следующее:

- места организованного массового туризма;
- места индивидуального массового туризма;
- места для исследований;
- места для рыбаков и охотников.

Сельский туризм может присутствовать в любой из этих категорий в зависимости от того, чего хочет турист.

Нужно помнить о том, что развитие туризма занимает скромное место и играет скорее дополнительную, чем приоритетную роль в местном процессе развития. Умеренные формы туризма, к которым относятся агротуризм, экотуризм, культурный туризм и т. п., позволяют получать дополнительный доход сельским жителям. Такой туризм более выгоден, чем опасен для людей.

Туризм является устойчивым, если он вносит вклад в развитие региона следующими способами:

- помогает усиливать и разнообразить местную экономику;
- обеспечивает получение существенных выгод местному населению;
- способствует долгосрочному процветанию, а не получению сиюминутных выгод.

Однако не следует забывать, что туризм — не панацея от всех проблем. Однако это хорошее подспорье сельской семье. Городские жители, устав от шума и суеты, хотят отдохнуть, предоставить им такую возможность и заработать на этом может каждый, главное — проявить фантазию.

Доход будет зависеть от усилий и фантазии, ведь туризм — это продажа новых впечатлений и положительных эмоций.

Агроэкотуризм в Беларуси: юридические аспекты деятельности

Лариса Шундалова, Елена Пахоменко

Условия деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма на территории Беларуси определяются положениями Государственной Программы развития туризма в Республике Беларусь и Указом Президента Республики Беларусь от 02.06.2006 № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» (далее - Указ № 372). Кроме того, существуют и другие документы, регламентирующие вопросы санитарии и гигиены, противопожарной безопасности, природоохранные требования к размещению жилых зданий и инфраструктуры вблизи водных объектов.

Указ № 372 был издан в целях создания благоприятных условий для развития агроэкотуризма на территории страны, улучшения условий жизни сельских жителей и жителей малых городов. Кроме того, Указ № 372 способствует развитию инфраструктуры на сельских территориях и в малых городах.

Этим документом установлены особенные, благоприятные условия для ведения сельского «бизнеса». Так, в соответствии с этим Указом, деятельность физических лиц по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма не является предпринимательской, и люди, занимающиеся этим видом деятельности, не подлежат государственной регистрации в качестве индивидуальных предпринимателей.

Для того, чтобы осуществлять деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, потенциальным владельцам агроэкоусадб необходимо обязательно соблюсти ряд условий. Причем, если не соблюдается хотя бы одно такое условие, то зарегистрироваться в качестве субъекта агроэкотуризма уже нельзя.

Так, в соответствии с Указом №372, владельцем усадьбы может быть только человек, постоянно проживающий в сельской местности или в малых городских поселениях. При этом он должен вести здесь личное подсобное хозяйство. Также Указом №372 регламентируется и то, что владелец агроэкоусадьбы должен быть собственником жилого

В соответствии с Указом № 372, **сельская местность** — это территория, входящая в пространственные пределы сельсоветов, за исключением территорий поселков городского типа и городов районного подчинения; **малые городские поселения** — это поселки городского типа, города районного подчинения с численностью населения до 20 тысяч человек.

дома или квартиры в жилом доме, расположенных в сельской местности. Допускается, чтобы это жилое помещение принадлежало на правах собственности члену его семьи.

Жилое помещение должно отвечать установленным санитарным и техническим требованиям, должно быть благоустроено в соответствии с нормами благоустройства, применимыми к условиям данного населенного пункта.

В жилом помещении, которое предназначено для создания агроэкоусадыбы, необходимо наличие свободных жилых комнат, пригодных для размещения агроэкотуристов.

Субъекты агроэкотуризма должны производить или перерабатывать сельскохозяйственную продукцию и иметь возможности для ознакомления агроэкотуристов с природными и архитектурными объектами, национальными культурными традициями соответствующей местности.

Кроме физических лиц, такой вид деятельности разрешен и сельскохозяйственным организациям в том случае, если сельскохозяйственная организация владеет жилым домом или квартирой в нем на правах собственности, и сельскохозяйственная организация также соблюдает перечисленные условия.

До начала осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма потенциальный владелец агроэкоусадыбы обязан уплатить сбор за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма в размере 1 базовой величины, письменно проинформировать соответствующий Совет депутатов первичного территориального уровня (например, сельский Совет) о намерении осуществлять такую деятельность (примерная форма письма приведена в Приложении 1), а также подать в районный налоговый орган заявление о постановке на учет (примерная форма заявления приведена в Приложении 2). Кроме того, налоговые органы могут запросить следующие документы: копия паспорта (страницы 22, 30, 32), копии правоудостоверяющих документов на землю, копия технического паспорта строения. Так как перечень процедур и набор необходимых документов невелики, то чаще всего, пройти весь путь регистрации можно за несколько часов.

Для своевременной отчетности, владельцы агроэкоусадеб обязаны ежегодно до 10 января года, следующего за отчетным, представлять в налоговый орган по месту жительства информацию о заключении (незаключении, отсутствии) договоров на оказание услуг

Действие Указа № 372 не распространяется на предоставление гражданам Республики Беларусь, иностранным гражданам и лицам без гражданства жилых помещений на территории курортных зон.

в сфере агроэкотуризма в отчетном году по специальной форме, утвержденной Постановлением Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь от 19.06.2006 N 68 «Об утверждении формы информации о договорах на оказание услуг в сфере агроэкотуризма, заключенных в истекшем году» (форма отчета приведена в Приложении 3).

Если усадьба зарегистрирована и все условия соблюдены, то далее появляются новые вопросы:

- кому можно оказывать услуги в области агроэкотуризма?
- какие услуги могут относиться к этой области?
- как правильно все оформить?

На эти вопросы также позволяет ответить Указ № 372. Агроэкотуризм, по данному Указу, — это временное пребывание людей в сельской местности, малых городских поселениях для отдыха, оздоровления, ознакомления с природным потенциалом нашей страны, национальными культурными традициями. При этом в Указе № 372 четко прописано, что агроэкотуристы не могут заниматься трудовой, предпринимательской, иной деятельностью, оплачиваемой и (или) приносящей прибыль (доход) из источника, расположенного в месте их временного пребывания.

Кроме того, в Беларуси действует Закон о туризме. В этом законе не вводится понятие агроэкотурист, но есть трактовка понятия турист. Так, в соответствии с Законом Республики Беларусь «О туризме», турист — это физическое лицо, совершающее туристическое путешествие на период более 24 часов или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания. Если рассматривать агроэкотуристов как разновидность туристов, то владельцы агроэкоусадеб не имеют права оказывать услуги в сфере агроэкотуризма людям, которые приехали в сельскую местность на срок менее суток или не переночевали в агроэкоусадеб. И такого мнения придерживается ряд представителей государственных органов, которые «курируют» развитие агроэкотуризма в нашей стране. Однако такой подход жестко дискриминирует жителей Беларуси, которые выезжают в сельскую местность, для того чтобы провести в условиях белорусской глубинки, в природной среде свой единственный выходной, познакомиться с природными, культурными и историческими достопримечательностями своей страны, расположенными в окрестностях города, где они проживают. Такие туристы часто не готовы оставаться на ночлег в агроэкоусадеб, но при этом они, как и агроэкотуристы, в соответствии с Указом №372 совершают путешествие недалеко от дома для отдыха, оздоровления, ознакомления с природным потенциалом нашей страны, национальными культур-

ными традициями. Важно не забывать, что таких людей может быть много. Создать моду на такие путешествия — одна из важнейших задач развития туризма в сельской местности.

Для понимания разницы между понятиями турист и агроэкотурист и особенностями этих понятий необходимо обсуждение разных аспектов, в том числе и возможности спекуляций недобросовестных «субъектов агроэкотуризма», которые, расположив свои «усадыбы» в ближайшем пригороде крупного города, маскируют под деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма обычное предоставление помещения для проведения свадеб, юбилеев, корпоративов... При этом они совершенно необоснованно используют те преференции, которые Указ № 372 дает владельцам агроэкоусадоб. Возможно, в ближайшее время в нашей стране будет принят ряд мер для обеспечения более прозрачных и понятных условий агроэкотуристической деятельности.

Ну а что касается Закона Республики Беларусь «О туризме», то в нем четко указано: «Особенности организации отдельных видов туризма (агроэкотуризм, самодетельный, социальный, экологический и другие виды) регулируются законодательством.» То есть при определении условий ведения агроэкотуристической деятельности, необходимо руководствоваться, в первую очередь, положениями Указа № 372, в котором минимальный временной интервал пребывания агроэкотуриста на сельской территории не указан.

Владельцы агроэкоусадоб, в соответствии с Указом № 372, имеют право оказывать агроэкотуристам следующие виды услуг:

- предоставление жилых комнат для размещения агроэкотуристов, причем число таких комнат не должно превышать десяти;
- обеспечение агроэкотуристов питанием;
- организация познавательных, спортивных и культурно-развлекательных экскурсий и программ;
- иные услуги, связанные с приемом, размещением, транспортным и иным обслуживанием агроэкотуристов.

Для оказания этих услуг, хозяин агроэкоусадобы должен заключить договор непосредственно с агроэкотуристом (физическим лицом) либо с туроператором, оказывающим туристические услуги агроэкотуристу. Причем такие договоры заключаются в письменной форме в соответствии с типовыми договорами, утвержденными Советом Министров Республики Беларусь (формы типовых договоров приведены в приложениях 4 и 5).

Указание на то, что субъект агроэкотуризма может оказывать иные услуги, связанные с приемом, размещением, транспортным и иным обслуживанием агроэкотуристов, формально позволяет

субъекту агроэкотуризма предоставлять агроэкотуристам большой спектр услуг. При этом важно, чтобы эти услуги были связаны с обслуживанием агроэкотуристов и были прописаны в Приложении к Типовому договору на оказание услуг в сфере агроэкотуризма.

Следует понимать, что в соответствии со Статьей 2 Закона Республики Беларусь «О торговле» от 28 июля 2003 г. № 231-З «Торговля – **предпринимательская деятельность торговых организаций и индивидуальных предпринимателей**, в основе которой лежат отношения по продаже произведенных, переработанных или приобретенных товаров, а также по выполнению работ, оказанию услуг, связанных с продажей товаров». Таким образом, хозяин агроэкотуризма, который по Указу №372 занимается деятельностью, не являющейся предпринимательской, не имеет права продавать каких-либо изделий, предметов или продуктов питания.

При необходимости изготовления и реализации предметов (хозяйственной посуды и кухонного инвентаря, изделий из соломы, дикорастущих растений, изготовление изделий ручного вязания спицами, крючком, изготовление изделий ручного ткачества, в лоскутной технике, кружевоплетение, макраме, изготовление изделий ручной вышивки и т.п.), физическим лицам, зарегистрированным в качестве субъектов агроэкотуризма, необходимо в соответствии с Указом 225 «О некоторых вопросах осуществления физическими лицами ремесленной деятельности», подать заявление, уплатить сбор и зарегистрироваться в налоговой инспекции в качестве ремесленника. Учет доходов от этих видов деятельности (услуг в сфере агроэкотуризма и в сфере ремесленничества) следует вести отдельно.

Кроме перечисленных выше положений, Указ № 372 содержит и другие пункты, касающиеся деятельности субъектов агроэкотуризма. Так, например, пункт 11-1 Указа № 372 определяет, что субъектам агроэкотуризма в 2010 - 2020 годах предоставляются кредиты на срок до пяти лет (сельскохозяйственным организациям) и до семи лет (физическим лицам). Кредиты предоставляются в сумме до 2000 базовых величин в белорусских рублях с уплатой процентов в размере пяти процентов годовых. Кредиты могут быть выделены только для реализации проектов в сфере агроэкотуризма. Выдает кредиты Открытое акционерное общество «Белагропромбанк».

Кроме кредитования в нашей стране предусмотрены и иные формы финансовой помощи тем людям, которые собираются заняться предоставлением услуг в сфере агроэкотуризма. Так в настоящее время действует Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 7 марта 2008 г. № 342 «Об утверждении Положения о содействии безработным в организации предпри-

нимательской деятельности, деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма, ремесленной деятельности».

В этом Положении определяется порядок содействия органами государственной службы занятости населения безработным в организации предпринимательской деятельности, деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма, ремесленной деятельности. Это содействие выражается в организационном и методическом обеспечении, а также в финансовой поддержке.

Организационное и методическое обеспечение подразумевает информирование и консультирование о порядке и условиях организации предпринимательской деятельности, деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма, ремесленной деятельности, направления безработных на профессиональное обучение, оказания помощи безработным в подготовке необходимых документов для получения финансовой поддержки.

Финансовая поддержка оказывается безработным на основании представленных ими документов в виде субсидии. Субсидия предоставляется в размере 11-кратной величины бюджета прожиточного минимума в среднем на душу населения, действующего на дату заключения с безработным договора о предоставлении субсидии. При организации безработными предпринимательской деятельности, деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма, ремесленной деятельности в малых городах и населенных пунктах с устойчиво высоким уровнем безработицы, перечень которых ежегодно определяется государственной и областными программами содействия занятости населения, а также в сельских населенных пунктах, субсидия предоставляется в размере 15-кратной величины бюджета прожиточного минимума, действующего на дату заключения органами по труду, занятости и социальной защите с безработным договора о предоставлении субсидии.

Предоставленная безработному субсидия используется им на приобретение оборудования, инструментов, машин и механизмов, сырья, материалов, оплату услуг, а также на иные цели, связанные с организацией предпринимательской деятельности, деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма, ремесленной деятельности.

Для решения вопроса о предоставлении субсидии, безработный подает в органы по труду, занятости и социальной защите по месту своей регистрации заявление о предоставлении субсидии и технико-экономическое, в том числе финансовое, обоснование (бизнес-план) эффективности организации предпринимательской деятельности, деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма, ремесленной деятельности.

Органы по труду, занятости и социальной защите в течение 14 календарных дней со дня поступления заявления о предоставлении субсидии рассматривают поступивший бизнес-план и принимают решение о предоставлении или об отказе в предоставлении безработному субсидии.

После этой процедуры, в случае положительного решения, органами по труду, занятости и социальной защите с безработным заключается договор о предоставлении субсидии (далее – договор).

Срок представления безработным в органы по труду, занятости и социальной защите информации о подаче заявления в налоговый орган по месту жительства о постановке на учет в качестве лица, осуществляющего деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, ремесленную деятельность, с указанием данных об уплате сбора за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, а также информирования соответствующего Совета депутатов первичного территориального уровня о намерении осуществлять деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма не должен превышать 15 рабочих дней.

Срок представления документов, подтверждающих целевое использование полученной субсидии, не должен превышать трех месяцев со дня постановки на учет в налоговом органе по месту жительства в качестве лица, осуществляющего деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, ремесленную деятельность.

После представления безработным информации об открытии текущего (расчетного) банковского счета в открытом акционерном обществе «Сберегательный банк «Беларусбанк» органы по труду, занятости и социальной защите представляют в территориальные органы государственного казначейства платежные документы на перечисление субсидии.

Днем выдачи субсидии считается день зачисления денежных средств на текущий (расчетный) банковский счет, открытый безработным в открытом акционерном обществе «Сберегательный банк «Беларусбанк».

Безработным, ранее получившим субсидию, повторно такая финансовая поддержка не оказывается. Кроме того, после постановки на учет в качестве лица, осуществляющего деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, безработный снимается с учета в органах по труду, занятости и социальной защите.

После регистрации в налоговой инспекции в качестве плательщиков, физические лица, в соответствии с Положением об уплате обязательных страховых взносов, взносов на профессиональное пенсионное страхование и иных платежей в Фонд социальной защи-

ты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь, утвержденного Указом Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. № 40, могут самостоятельно обратиться в местное отделение Фонда для регистрации и уплаты обязательных страховых взносов.

При оказании услуг в сфере агрозкотуризма особенно стоит вопрос об агрозкотуристах, не являющихся гражданами Республики Беларусь (иностранцев, граждан и лиц без гражданства). О нахождении таких агрозкотуристов необходимо информировать местные органы внутренних дел. Это регламентировано постановлением Министерства внутренних дел Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. № 214 «О порядке представления гостиницами, санаторно-курортными и оздоровительными организациями, физическими лицами и крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, осуществляющими оказание услуг в сфере агрозкотуризма, информации об иностранных гражданах и лицах без гражданства в орган внутренних дел».

Этот документ устанавливает, что информация об иностранных гражданах и лицах без гражданства, временно пребывающих в сельской местности, малых городских поселениях Республики Беларусь на основании договоров на оказание услуг в сфере агрозкотуризма либо на основании договоров оказания туристических услуг, в которые включены услуги в сфере агрозкотуризма, оформляется владельцами агроэкоусадб специальным уведомлением, которое должно содержать информацию, приведенную в Приложении 6. Лучше для этих целей использовать специальный бланк, который можно получить в органах внутренних дел.

Такая информация должна направляться в орган внутренних дел по почте, каналам электронной связи или через сеть Интернет либо доставляется нарочным.

Агроэкотуризм: вопросы налогообложения

(по материалам журнала «Главный Бухгалтер» № 14, 2007 г)

Вопрос: Предприятие намерено заключить договор с субъектом агроэкотуризма (физическое лицо) на оказание услуг агроэкотуризма. У физического лица открыт расчетный счет.

Следует ли при безналичном перечислении оплаты услуг агроэкотуризма на расчетный счет физического лица производить удержание подоходного налога от суммы платежа, учитывая, что предприятие является источником выплаты дохода для данного физического лица — субъекта агроэкотуризма?

Ответ: «...Пунктом 2 Указа Президента Республики Беларусь от 02.06.2006 № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» (далее - Указ) установлено, что агроэкотуризм — временное пребывание **граждан Республики Беларусь, иностранных граждан и лиц баз гражданства** в сельской местности Республики Беларусь на основании договоров, заключенных с субъектами агроэкотуризма в целях отдыха, оздоровления, ознакомления с природным потенциалом Республики, национальными культурными традициями без занятия трудовой, предпринимательской, иной деятельностью, оплачиваемой и (или) приносящей прибыль (доход) из источника в месте пребывания.

Таким образом, организация имеет право заключать договоры с субъектами агроэкотуризма **только** от имени своих работников, либо договоры могут быть заключены непосредственно с работниками организации — физическими лицами, и организация может произвести за них оплату.

Согласно пункту 7 Указа, до 31.12.2007 доходы плательщиков сбора за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма не облагаются налогами, сборами и иными обязательными платежами.

В связи с вышеизложенным, при перечислении денежных средств на счет субъекта агроэкотуризма подоходный налог не удерживается...»

Вопрос: Между работником предприятия и субъектом агроэкотуризма заключен договор на оказание услуг. На основании заявления работника оплату по этому договору производит предприятие. Является ли указанная оплата доходом физического лица в целях исчисления подоходного налога?

Ответ: «...В соответствии с пунктом 3 Закона Республики Беларусь «О подоходном налоге с физических лиц» (в редакции Законов

Республики Беларусь от 09.12.2005 № 78-З, от 12.07.2006 № 142-З, от 29.12.2006 № 190-З) (далее - Закон), оплата организациями (полностью или частично) за плательщика питания, отдыха относится к доходам, полученным плательщиком в натуральной форме.

Вместе с тем подпунктом 1.17 пункта 1 статьи 12 Закона предусмотрено, что не облагаются подоходным налогом не являющиеся вознаграждения за выполнение трудовых или иных обязанностей доходы, получаемые от организаций, в т.ч. в виде материальной помощи, подарков и призов, оплаты стоимости путевок, в пределах ста пятидесяти базовых величин в сумме от всех источников в течение налогового периода.

Таким образом, оплата организацией за оказание услуг в сфере агроэкотуризма работникам не подлежит обложению подоходным налогом в вышеуказанных пределах...»

Вопрос: Следовало ли физическому лицу, субъекту агроэкотуризма, представлять налоговую декларацию (расчет) за 2006 г. согласно приложению 1 к Инструкции о порядке реализации взимания подоходного налога и формах налогового учета, утвержденной постановлением МНС РБ от 28.02.2006 № 33, если:

- иных доходов он не имел и его совокупный годовой доход за 2006 г. не превысил установленного размера?

- если иных доходов он не имел и его совокупный годовой доход за 2006 г. превысил установленный размер?

Необходимо ли включать субъекту агроэкотуризма в декларацию суммы доходов по услугам агроэкотуризма, если он обязан представлять декларацию по другим основаниям (выплата по договорам подряда, получение авторского вознаграждения, продажа автомобиля...)?

Ответ: «...В связи с тем, что доходы плательщиков сбора за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма не облагаются налогами, сборами и иными обязательными платежами, они не включаются в налоговую декларацию (расчет) по подоходному налогу. Представление указанной декларации при получении таких доходов не требуется...»

Вопрос: Основным видом деятельности предприятия является организация и проведение семинаров, конференций. Предприятие по договору об оказании услуг агроэкотуризма заключило договор с физическим лицом на предоставление помещения для проведения семинара. Оплата предоставленного помещения производится в безналичном порядке на счет физического лица — субъекта агроэкотуризма.

Как следует предприятию — резиденту отражать в учете произведенные расходы по договору с физическим лицом — субъектом

агрозкотуризма? Какие налоги и иные обязательные платежи необходимо исчислять в приведенной ситуации?

Ответ: «...Исходя из определения агрозкотуризма, изложенного в пункте 2 Указа, организация при организации семинаров, конференций не вправе заключать договор с физическим лицом как с субъектом агрозкотуризма на предоставление последним помещения для проведения семинара.

В случае заключения подобного договора, физическое лицо, предоставляющее помещение, не является субъектом агрозкотуризма.

В соответствии с пунктом 2 статьи 18 Закона в отношении доходов, получаемых плательщиком от налоговых агентов, не являющихся местом их основной работы, установлена налоговая ставка в размере 20 процентов.

Доходы, налогообложение которых производится по ставке 20 процентов, в совокупный доход не включаются и декларированию не подлежат.

Вместе с тем, согласно пункту 3 статьи 18 Закона, при подаче плательщиком соответствующего заявления налоговому агенту и (или) в налоговый орган, налогообложение указанных доходов может производиться по ставкам, установленным пунктом 1 статьи 18 Закона (прогрессивная шкала), с включением их в совокупный годовой доход и представлением налоговой декларации (расчета) в порядке, установленном статьей 23 Закона...»

О реализации алкогольных напитков при оказании услуг агроэкотуризма

(печатается с сокращениями)

Нормативным правовым актом, регулирующим правоотношения в сфере производства и оборота алкогольных напитков, в том числе их розничную торговлю, является Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании производства и оборота алкогольной, непивной спиртосодержащей продукции и непивного этилового спирта» (далее – Закон).

Пунктом 1 статьи 5 Закона предусмотрено, что в Республике Беларусь право на осуществление производства, экспорта, импорта, хранения (как вида предпринимательской деятельности) алкогольной продукции, оптовой и (или) розничной торговли ею имеют только юридические лица, за исключением индивидуальных предпринимателей, которым предоставляется право на осуществление в Республике Беларусь розничной торговли алкогольными напитками в объектах общественного питания.

Согласно подпункту 1.10 пункта 1 статьи 11 Закона, в Республике Беларусь запрещается продажа физическими лицами, не являющимися индивидуальными предпринимателями, непивной спиртосодержащей продукции, непивного этилового спирта, этилового спирта, относящегося к алкогольной продукции, и алкогольных напитков, в том числе собственного изготовления.

Таким образом, возможность розничной торговли алкогольными напитками без регистрации как субъекта предпринимательской деятельности, законодательством Республики Беларусь не предусмотрена.

Министерством по налогам и сборам, совместно с заинтересованными органами государственного управления, изучен вопрос о законности реализации алкогольных напитков при оказании субъектами агроэкотуризма услуги «обеспечение агроэкотуристов питанием», а также необходимости закрепления такого права на законодательном уровне.

По мнению заинтересованных органов государственного управления, Концепция санаторно-курортного лечения и оздоровления населения Республики Беларусь, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 04.11.2006 № 1478, определяет оздоровление как комплекс мероприятий, направленных на повышение устойчивости к физическим, биологическим, психологическим, социальным факторам окружающей среды

в целях укрепления здоровья граждан. Учитывая негативное воздействие алкогольных напитков на здоровье, их употребление при оздоровлении граждан недопустимо.

Кроме того, в Республике достигнут опасный для генофонда нации уровень потребления алкогольных напитков. Справочно. В 2010 году в Республике на душу населения продано 12,2 литра алкогольных напитков в пересчете на абсолютный алкоголь, что в 1,3 раза выше соответствующего показателя в 2005 году. При этом численность населения страны на 01.01.2010 составила 9,48 млн. человек и сократилась по сравнению с числом жителей на 01.01.2005 на 319,9 тыс. человек или на 3,3 %.

С целью снижения уровня потребления алкогольной продукции населением, уменьшения негативных последствий его потребления для общества, усиления борьбы с пьянством и алкоголизмом, постановлением Совета Министров РБ от 11.01.2011 № 27 утверждена Государственная программа национальных действий по предупреждению и преодолению пьянства и алкоголизма на 2011 – 2015 годы.

При реализации же алкогольных напитков при оказании услуг агроэкотуризма этот показатель может значительно увеличиться. Более того, закрепление на законодательном уровне права реализации алкогольных напитков при оказании услуг агроэкотуризма не соответствует целям, изложенным в Указе, и может привести как к нелегальному обороту такой продукции (в том числе фальсифицированной), так и к увеличению пьянства и алкоголизма.

Таким образом, по мнению заинтересованных органов государственного управления, в том числе Комитета государственного контроля Республики Беларусь, закрепление на законодательном уровне права физических лиц, оказывающих услуги агроэкотуризма, на реализацию алкогольных напитков, нецелесообразно.

В случае осуществления розничной торговли алкогольными напитками, в том числе наличия доказательств о включении их стоимости в счет за оказанные услуги, в действиях физического лица, оказывающего услуги в сфере агроэкотуризма, усматриваются признаки такого правонарушения как реализация физическими лицами, не являющимися индивидуальными предпринимателями, алкогольных напитков. Административная ответственность за указанное правонарушение предусмотрена подпунктом 2.18 пункта 2 Декрета Президента РБ от 09.09.2005 № 11 «О совершенствовании государственного регулирования производства и оборота алкогольной, непивной спиртосодержащей продукции и непивного этилового спирта», в виде штрафа в размере от 5 до 20 базовых величин с конфискацией алкогольных напитков.

Сельский туризм, фестивали и местные праздники — инструменты устойчивого развития территорий

Олег Сивограков, кандидат экономических наук, доцент

Опыт многих стран, регионов и небольших населенных пунктов показывает, что развитие агротуризма влечет за собой значимые социально-экономические изменения в сельской местности, в результате которых на селе вырастает новый сектор услуг населению, возникают новые рабочие места с достойной заработной платой. Аграрные регионы получают новый импульс для развития, базирующегося на местных ресурсах, ранее недостаточно вовлекавшихся в местную экономику. В качестве таких ресурсов выступают: гостеприимность хозяев сельских туристических усадеб, национальная кухня, местный фольклор, исторические и природные объекты. Помимо экономических выгод, достигаются и социально-демографические цели, замедляется деградация сельских районов, отток молодежи из деревни. Одновременно создаются условия для сохранения и возрождения культурного наследия, национальной самобытности регионов.

Сельский и экологический туризм выполняет и важную природоохранную функцию, способствуя сохранению и восстановлению окружающей среды, включая биоразнообразие. «Туризм «зеленеет» во всем мире, – пишет во вступлении к буклету о создании зеленых маршрутов Валерия Клицунова, председатель правления общественного объединения «Отдых в деревне», – Путешественники стремятся снизить до минимума негативное воздействие на окружающую среду и максимально наслаждаться природой во время отдыха. При этом они хотят изучать быт, традиции, кухню, фольклор, ремесла – реальную жизнь и общаться с реальными людьми». Таким образом, можно говорить о социально-эколого-экономическом эффекте развития сельского туризма и экотуризма как для отдельных территорий, так и для планеты в целом. Не случайно агро- и экотуризм на международном уровне признан важным инструментом для поворота человечества на путь устойчивого развития.

При этом необходимо постоянно помнить об ограничениях, которые накладывает на эту сферу деятельности (равно как и на все

другие) природа, имеющая пределы самовосстановления и регенерации результатов человеческой деятельности. Напоминания об этом уже грозно «стучатся в дверь» в «туристических Мекках» различных стран мира, где вынуждены в срочном порядке вырабатывать меры по снижению количества посетителей хрупких природных объектов. «Туристическую деятельность на природных территориях необходимо развивать осторожно, устанавливая предельную меру воздействия на биоразнообразие для каждой территории, на которой развивается туризм», – такая рекомендация высказана экспертами Европейской экономической комиссии ООН для Беларуси.

В Национальной стратегии развития экотуризма Болгарии, чей опыт в данной сфере несколько превышает белорусский, среди наиболее серьезных препятствий для развития экотуризма называются следующие:

- недостаток профессиональных предложений;
- непоправимый ущерб окружающей среде (загрязнение, вырубка леса, нелегальное строительство);
- потеря национальной самобытности, главным образом, среди активного населения.

Там же отмечается, что в обществе еще не достигнуто общее понимание того, что развитие туризма является приоритетом не только потому, что защищает природу и предлагает туристические услуги, но также и потому, что способствует повышению стандартов жизни местного населения.

В буклете «Неустойчивые тенденции», вышедшем в Швеции — стране, которая является одним из лидеров движения за устойчивое развитие в мире – министр общественного развития Мона Салин отмечает: «Государство, регионы и коммуны несут большую ответственность за формирование общества с устойчивым развитием, но даже отдельные решения предприятий, домохозяйств и семей имеют большое значение». Сельский туризм предоставляет широкие возможности для таких решений и действий.

Почему сельский туризм столь важен для регионов и страны

Если схематично изобразить агротуристическую усадьбу в центре в виде солнца, то можно нарисовать множество лучей, несущих различные позитивные эффекты для местного сообщества и территории.

С определенной долей условности всю «палитру» эффектов от развития сельского туризма, которые позитивно сказываются на всем местном сообществе, можно разделить на экономические, экологические и социальные эффекты.

Экономический блок возможных позитивных эффектов от агротуризма для местного сообщества включает:

- повышение доходов местного населения;
- создание новых рабочих мест;
- привлечение дополнительных инвестиций на развитие инфраструктуры;
- повышение рыночной цены недвижимости в данной местности;
- эффект от углубления специализации местных жителей на отдельных видах товаров или услуг для туристов;
- вовлечение в экономический оборот новых видов местных ресурсов;
- привлечение инвестиций благодаря позитивному имиджу региона.

Экологические «лучи» агротуризма «согреют» местное сообщество, благодаря следующим результатам:

- сохранение и восстановление природной среды;
- сохранение биоразнообразия;
- развитие экологически чистого сельского хозяйства;
- улучшение экологической обстановки в регионе.

Социальные эффекты проявятся в виде:

- улучшения качества жизни местного населения;
- сохранения и восстановления культурных традиций;
- сохранения и восстановления исторического наследия;
- создания условий, стимулирующих повышение уровня образования, культуры и информированности местных жителей;
- культурного обогащения, благодаря контактам с туристами;
- закрепления молодежи на селе, в том числе благодаря возрастанию социального статуса хозяев агротуристических усадеб, передаче семейного бизнеса детям;
- расширения круга друзей;
- повышения самооценки местных жителей и «планки» их потребностей;
- вовлечения местных жителей в процессы самоуправления;
- усиления лидеров, создания примеров успеха, побуждающих других «тянуться» за ними;
- развития партнерства, укрепления единства местного сообщества.

Уже сейчас в ряде районов Беларуси жители городков, поселков и деревень ощутили пользу от близкого соседства с агротуристическими усадьбами. «Пионеры» агротуристического бизнеса приглашают соседей для помощи в организации приема туристов, покупают у них продукты, просят разместить отдыхающих в «пики» сезона. Хозяева сельских усадеб, начавшие новое для себя дело в сфере туризма, обращаются к соседям с взаимовыгодными предложениями об аренде бани, велосипедов, лодок, лошадей. Растет популярность и спрос на местных старожилов и краеведов, опытных охотников и рыбаков, хранителей народных кулинарных рецептов и тайн траволечения. Не остаются невостребованными и местные мастера-ремесленники — их товар охотно приобретают туристы. У тех жителей деревень и небольших городков, чье хобби связано с коллекционированием старинных предметов быта, появляется возможность начать зарабатывать на основе своих домашних музеев. В селах и поселках, куда начинают приезжать туристы (включая иностранных), быстрее решаются вопросы улучшения дорог и другой необходимой инфраструктуры.

Все эти и еще многие другие большие и маленькие эффекты от агротуризма порой незаметно, но все более уверенно помогают решать задачу устойчивого развития конкретных регионов и всей страны.

Стратегические цели определены на уровне страны

Национальная стратегия устойчивого развития (НСУР) Республики Беларусь на период до 2020 года определяет, что «стратегической целью развития туризма является создание в Республике Беларусь высокоэффективного конкурентоспособного туристского комплекса, взаимоувязанного с сохранением природных и социально-культурных ресурсов». При этом отмечается необходимость разработки «конкретных целевых программ развития наиболее перспективных видов туризма, в том числе экологического, сельского, этнографического...». Далее эти задачи не конкретизируются (это не является целью документа такого масштаба), однако, общая целевая установка, ориентация НСУР-2020 по отношению к сельскому туризму еще раз подтверждается следующим указанием: «Для сохранения природной среды необходимо от концепции сельскохозяйственного производства перейти к концепции развития сельской местности». Для реализации такого подхода не-

обходимо обеспечить сочетание экономических, экологических и социальных факторов прогресса, что даст возможность говорить об ориентации на устойчивое развитие сельских территорий. Важным инструментом осуществления «поворота» сельского (да и в целом – национального) развития на путь устойчивости является развитие сельского туризма.

Таким образом, государственная стратегия в области развития сельского туризма сориентирована на его поддержку и укрепление. Местным органам власти необходимо активно включиться в выполнение поставленных руководством Беларуси задач в этой области. При этом важно руководствоваться рекомендацией НСУР-2020 о том, что в реализации стратегии устойчивого развития «должны быть максимально использованы возможности неправительственных организаций (НПО), трудящихся и профсоюзов, деловых и научных кругов». Данный ресурс уже частично «задействован» на уровне облисполкомов и некоторых райисполкомов, где созданы Общественные советы по агроэкотуризму.

Большую помощь местным властям областей и районов могут оказать (и уже оказывают) хозяева первых агротуристических усадеб, которые часто становятся катализаторами активизации работы в сфере сельского туризма. Вместе с тем, потенциал партнерства власти, общественных организаций, предпринимателей, фермеров, владельцев сельских усадеб с целью развития сельского хозяйства используется еще далеко не везде и не на постоянной основе.

Одним из эффективных направлений преодоления данной «задержки на старте» является инициирование разработки и реализации в областях, районах, городах, сельсоветах и деревнях стратегий устойчивого развития этих территорий – Местных повесток-21 (МП 21).

Опыт Местных повесток-21 в различных странах демонстрирует большое внимание к развитию сельского туризма в стратегиях и планах устойчивого развития сельских сообществ. Практически невозможно найти такую Местную повестку, в которой бы в той или иной степени не было бы отведено место агротуризму. Во многих случаях сельский туризм является приоритетом стратегий устойчивого развития, вокруг которого строятся все другие «отраслевые» блоки программ. Это объясняется межотраслевой, комплексной природой сельского туризма как социально-эколого-экономического феномена. Сельская усадьба «замыкает» на себе информационные, организационные, транспортные, производственные,

продовольственные, культурно-образовательные потоки и поэтому является своеобразным «итогом» функционирования местной, а во многом и национальных, экономики. Многие местные сообщества и даже целые страны сделали сельский и экологический туризм своим главным брендом, обеспечив таким образом условия для развития на его основе других отраслей экономики.

Во всех без исключения белорусских регионах и населенных пунктах (кроме самых больших городов), которые в разное время в разной степени знакомились с концепцией устойчивого развития и пытались взглянуть на возможности своего развития сквозь призму устойчивого развития, сельский туризм не был обойден стороной. Это подтверждается данными SWOT-анализа (то есть анализа сильных и слабых сторон территории, а также возможностей и угроз для развития). Такой SWOT-проведен уже во многих регионах Беларуси. Он показывает, что представители местного сообщества, включая работников исполкомов, довольно часто практически не связывают перспективы улучшения качества жизни населения в сельской местности с традиционными формами ведения сельскохозяйственного производства, применяемыми до настоящего времени. Как правило, в ходе описания сильных сторон районов или отдельных населенных пунктов, предпочтение отдается объектам и условиям, которые в общем виде можно определить как природный потенциал, культурно-историческое наследие, выгодное географическое положение или ранее созданная инфраструктура. Отмеченные слабые стороны территорий в большинстве случаев связаны с экономическими проблемами. Расстановка приоритетов при оценке возможностей для устойчивого развития территорий выводит сельский и экологический туризм на первые позиции.

В «Стратегии устойчивого развития Дисненского края», одной из первых опубликованных местных стратегий устойчивого развития в Беларуси, есть такие слова: «Учитывая ... обстоятельства, а также исходя из местных возможностей, Группа местных действий определила главный приоритет Стратегии устойчивого развития (и, возможно, единственный путь возрождения) Дисненского края — ТУРИЗМ. Формирование привлекательного имиджа Дисненского края как места, благоприятного для туризма, становится важнейшей задачей местного сообщества: местных властей, общественных организаций, активных жителей всех возрастов и профессий». Движение по выбранному пути началось с разработ-

ки Концепции программы развития туризма в Дисненском крае, которая опубликована как составная часть Дисненской стратегии и стала первым такого рода документом в Беларуси, примером для других сельских территорий страны.

Во вводной части Концепции указывается: «Приоритетной целью реализации Концепции является формирование условий для активизации развития Туризма в Дисненском крае как фактора устойчивого развития региона на основе:

- сохранения и рационального использования природного и историко-культурного наследия;
- развития интеллектуального и творческого потенциала местных жителей;
- возрождения и популяризации культурных традиций;
- расширения международных контактов;
- создания новых рабочих мест;
- увеличения доходов населения и налоговых поступлений в бюджет;
- повышения предпринимательской и инвестиционной активности».

Первым практическим действием по реализации Концепции стала публикация в Стратегии устойчивого развития Дисненского края адресов и описаний «туристического продукта» первых шести сельских усадеб. «Туристическая тема» заставила заняться разработкой рекламных буклетов, открыток, карточек, визиток, конвертов с изображением Дисны и ее окрестностей, карт и схем туристических маршрутов. Материалы о Дисне, во многом благодаря красочным фотографиям, сделанным с дельтаплана (мэр города сама летала на нем и делала фотографии!), вошли в «толстые» рекламные издания – книги-путеводители по области и Республике.

Таким образом, «агротуристический вектор» придает ускорение развитию территорий во всех направлениях.

Местное сообщество укрепляется благодаря туризму (из белорусской и зарубежной теории и практики)

Белорусский агротуризм быстро «набирает обороты». Заметным становится и расширение эффекта от сельского туризма, его выход «за рамки» отдельной агроусадьбы. Талантливое описание Еленой Мальчевской открытия Лепельского туристического маршрута «Край жоўтых гарлачыкаў і сірых валуноў», включает, например, рекомендации по получению новых впечатлений и как сдать

экзамен по истории, рецепты похудения и от бессонницы. Там же вы найдете ответы на вопросы, что делать, если захотелось искупаться в чистом пресном водоеме или если надоела цивилизация. А одну из рекомендаций по посещению Лепельщины следует процитировать целиком: «У Вас проблемы с личной жизнью? Старинная обрядовая игра «Жаніцба Цярэшкі» издавна помогала найти пару местным жителям. В нее можете сыграть и Вы. Конечно, совсем не обязательно жениться или выходить замуж за того, кого Вам сосватают. Но кто знает, а вдруг и правда Вы встретите судьбу среди отдыхающих?» Вот вам и еще один социальный эффект...

В брошюре «Зеленые маршруты Беларуси», выпущенной Белорусской ассоциацией «Отдых в деревне», справедливо отмечается, что такие маршруты «создают возможности для улучшения уровня жизни, оживления местной экономики и развития предпринимательства среди местных жителей, а также сохранения уникальных природных и культурных ценностей». Пример зеленых маршрутов (а их в упомянутой брошюре описано семь) наглядно демонстрирует эффект от объединения усилий многих участников организации агротуристических предложений. В отдельной агротуристической усадьбе развлечений для туриста может быть немного, поэтому привлекательность такого отдыха может быть недостаточной для некоторых категорий клиентов. В таких случаях сетевые маршруты могут стать хорошим дополнением к сервису одиночных агроусадьб. Изучив природный и культурно-исторический потенциал близлежащей местности, можно предложить туристам гораздо более широкий спектр увлекательных мероприятий. Для этого понадобится познакомиться и договориться о сотрудничестве с хозяевами других сельских домов и предпринимателями, наладить отношения с местным руководством, завести знакомства с «тутэйшымі» краеведами. В результате расширения карты туристических объектов и ассортимента предоставляемых услуг отдыхающим, распределение обязанностей и специализация отдельных участников этих своеобразных агротуристических мини-объединений приносит синергетический эффект, выгодный всем участникам такой кооперации.

Подобные схемы работы в области агротуризма широко распространены во многих странах мира. В Болгарии, например, в одном из небольших сельских городков в горной местности нам рассказали, как они – группа энтузиастов – сначала попробовали развивать сельский туризм индивидуально, не вовлекая соседей и только в рамках своего села. Такая тактика вскоре начала «давать

сбои»: туристам быстро наскучивала деревня, и они, как правило, не возвращались туда снова и не советовали другим съездить туда. Выход был найден в объединении ресурсов и расширении туристского предложения. Совместно с соседними общинами были разработаны туры выходного дня и специализированные маршруты, что значительно повысило привлекательность местности и увеличило приток туристов. Так, небольшой муниципалитет Ардино в горном районе Родопы предлагает по меньшей мере восемь вариантов проведения выходного дня для туристов:

- арт-тур, во время которого можно увидеть организованную в природной среде выставку нетрадиционной живописи;
- приключенческий тур, включающий фото-сафари, пикник в лесу, поход к Дьявольскому мосту, сплав на байдарках по горной реке;
- рыбный тур с походом на лодках по водохранилищу, рыбалкой и пикником с рыбными блюдами;
- эко-тур, включающий пешеходные маршруты по горам с посещением климатического курорта;
- агро-тур, во время которого его участники наведуют горную ферму, где будет продемонстрировано производство молочных продуктов по старинным технологиям, а также состоится дегустация экологически чистых местных продуктов;
- гурман-тур с пикником в Родопских горах, во время которого участникам будут предложены блюда, изготовленные по традиционным кулинарным рецептам, организован концерт с исполнением национальных песен; желающие смогут пройти курс обучения приготовлению национальных блюд;
- велосипедный тур, проходящий по горам и лесам, с посещением достопримечательных мест и пикником на природе;
- этно-тур с участием в традиционной свадьбе, «посиделках с припевами» и дегустацией традиционных местных блюд.

Соседняя с Ардино болгарская община Ивайловград добавляет к этим возможностям археологический тур с посещением средневековой крепости, винный тур с дегустацией вин на местном винзаводе.

Новые тенденции: создание организаций и сетевых структур

Занимаются «раскруткой» агротуризма во многих странах, в том числе в уже упомянутой Болгарии, создаваемые в общинах (часто при поддержке международных организаций) специальные

местные организации. Они были созданы в разное время в рамках различных программ, имеют разные названия – Туристические информационные центры, Центры поддержки бизнеса, Центры обучения и информирования, Агентства для сельских инноваций, Центры устойчивого развития. Вместе с тем практика заставила такие структуры выйти за рамки ранее запланированной узкой специализации и начать заниматься широким спектром задач, связанных с развитием общин, где они были созданы. В настоящее время в поле зрения таких организаций входят развитие туризма, ремесленничества, возрождение культурных традиций, поддержка экологически чистого сельского хозяйства. Они осуществляют информационные и образовательные проекты, тесно контактируют с местными властями, бизнесом и другими общественными организациями, как в своих общинах, так и на международной арене. Зачастую именно такие местные формирования являются инициаторами и «мотором» в деле разработки и реализации Местных повесток-21. По сути, большинство этих организаций в настоящее время представляют собой Территориальные центры устойчивого развития, и ориентация на такую модель представляется наиболее обоснованной применительно к условиям Беларуси.

Ростками подобных организаций в Беларуси являются созданные в рамках проекта ЕС/ПРООН «Устойчивое развитие на местном уровне» (2008 – 2010 годы) Информационные центры по устойчивому развитию и экотуризму. Такие центры открылись в 2010 году в Чаусах, Белоозерске, Желудке, Новополоцке и Россонском районе. В настоящее время в рамках проекта «Укрепление общественного взаимодействия для устойчивого развития сельских регионов Беларуси» при финансовой поддержке Европейского Союза и Фонда «Евразия» (за счет средств Агентства США по международному развитию USAID), реализуемого учреждением «Новая Евразия», новые инфоцентры по устойчивому развитию создаются в Мотоле, Ракове, Вилейке и Зельве.

Тенденция создания подобных организаций характерна для многих стран мира. В последнее время набирают силу также процессы объединения таких организаций (Территориальных центров устойчивого развития) в сетевые структуры, ассоциации, союзы. Это позволяет объединить ресурсы и повысить эффективность их использования, усилить потенциал для лоббирования необходимых институциональных преобразований. Вместе с тем, для таких

действий нужна подготовка, специальные знания и навыки. Неслучайно даже в такой «продвинутой» в области агротуризма немецкой земле как Бавария один из курсов, преподаваемый в Туристической Академии, называется «Совместная работа и командная деятельность в туристическом предпринимательстве».

Хорошим первым шагом в области создания организаций и сетевых структур являются Общественные советы по развитию агроэкотуризма, которые созданы к настоящему времени во всех областях и многих районах Беларуси.

Свой «завершенный вид» местные инициативы обретают в виде зарегистрированных организаций – фондов, общественных организаций, учреждений. Такие организации создаются по-разному. Иногда это происходит на основе индивидуального замысла активного человека или группы людей, порой — по предложению местных властей, а часто, глядя на успешный опыт соседей. Кстати, такой опыт иногда действительно вдохновляет. Так, глава самоуправления Земгальского региона (Латвия) на встрече с представителями белорусских регионов отметил, что один из методов его работы — «передавать функции и задачи общественным организациям». Так, например, «создание в районе общественной организации по развитию предпринимательства значительно уменьшило нашу (местного самоуправления) работу. То же самое касается работы по вопросам сельского хозяйства, работы с молодежью и других». В том числе и агроэкотуризма.

В городах, деревнях и поселках Беларуси по теме устойчивого развития (в том числе агроэкотуризма) работает уже немало общественных структур. Среди них (да простят меня те, кого не упомянул):

- Общественное объединение «Женщины за возрождение Нарочанского края» в деревне Комарово Мядельского района;
- Местный фонд поддержки сельского предпринимательства в Столинском районе;
- Общественная организация «ЭНДО» в Чаусском районе и в других районах Могилевской области;
- Местный фонд «Центр содействия развитию и предпринимательству Белоозерского сельсовета»;
- Местный благотворительный фонд «Северные Афины» в деревне Залесье Сморгонского района;
- Общественное объединение «Эколого-культурно-образовательное содружество «Придвинье» в Новополоцке;

- Районное общественное объединение трансграничного сотрудничества «Еврорегион «Озерный Край» в Браславе;
- Общественное объединение по содействию устойчивому развитию Вилейского района «ЗОВиК».

Экологически-дружественные отели и усадьбы

Расширяющееся в мире предложение «экологически дружелюбных» (Eco-Friendly) отелей и турбаз также предоставляет возможности для использования данной моды и тенденции для развития местных сообществ. Так, в зарубежных странах имеется опыт строительства таких отелей и турбаз из местных или повторно используемых материалов с относительно невысокими стандартами качества проживания, но делающих акцент на значительно меньшем «экологическом следе» таких объектов. Практика свидетельствует о наличии определенного спроса на проживание в домах и гостиницах такого типа. В них используются биотуалеты, минимизируется использование химических веществ на кухне, при уборке и стирке. Так, получив однажды приглашение на остров Сааремаа в Эстонии для изучения опыта устойчивого развития, мы удивились, заметив небольшую приписку: «Просим взять с собой постельное белье, так как на острове запрещено применение стиральных порошков».

Самые «продвинутые» эко-отели добавляют ко всему этому электроснабжение и подогрев воды от солнечных батарей или ветровых электростанций, биогазовые установки, использование био-дизеля, сбор дождевой воды для использования для туалетов, крыши, на которых растет трава, энергоэффективные лампы и другое энерго и водосберегающее оборудование, и многое другое, вплоть до тепловых насосов. В эко-отелях многих стран мира уже давно принята практика, при которой клиенту предлагается самому решать, когда необходимо сменить постельное белье или полотенца, для того, чтобы уменьшить загрязнение окружающей среды химическими веществами, содержащимися в стиральных порошках. Получает распространение сертификация эко-отелей. Так, в скандинавских странах экологическая маркировка отелей знаком «Лебедь» уже имеет статус официальной. Получение такой маркировки сопряжено с необходимостью обеспечить соответствие требованиям по многим довольно жестким экологическим

параметрам. Но зато благодаря вхождению в этот «клуб», отели могут с полным правом заявить в своей рекламе: «Наш отель такой же хороший, как и другие, но он лучше для окружающей среды». Неплохая реклама, не правда ли?

Сертифицированные эко-отели гарантируют, что они отвечают самым высоким стандартам по отношению к природной среде, здоровью, функционированию и качеству. В экологические программы таких отелей вовлечен весь их персонал, который, как правило, проходит специальное обучение. «Мы используем меньше ресурсов и используем их более эффективно», «Мы заменяем продукты, наносящие вред природе, безопасными», «Мы отдаем предпочтение использованию энергии, полученной путем использования возобновляемых источников энергии», «При покупке продуктов мы отдаем предпочтение тем, где объем упаковки минимален, и ее можно утилизировать», «Наши отходы минимизированы, мы разделяем их и направляем на переработку», – вот некоторые из ключевых характеристик, которые можно увидеть на информационных стендах таких отелей. При этом, согласно законодательству скандинавских стран, «экологическая лицензия» для отелей действительна в течение трех лет, после чего стандарты, как правило, ужесточаются, и необходимо снова проходить сертификацию.

Один из австралийских эко-отелей рекламирует себя, в том числе и следующим образом: «Вечером на лужайку около отеля приходят поесть травы кенгуру». Для многих белорусских лесных деревень подобный аттрактант вполне, как говорится, по карману, если только заменить кенгуру на дикого кабана, лося или косулю.

Многие агротуристические усадьбы в зарубежных странах предлагают проводить семинары и уроки по вопросам охраны природы, биоразнообразию, правам животных, оборудуют «экологические тропы», организуют курсы по ведению экологически чистого сельского хозяйства.

Экзотика для иностранцев

Теперь вернемся в Беларусь. В ходе проведения SWOT-анализа для оценки перспектив разработки Местной повестки-21 в одном из районов Республики у участников семинара возникло предложение сделать одним из возможных направлений развития деятельность, связанную с производством и продвижением

на рынок местного самогона, достаточно известного в Республике своим качеством. Жители района расценивают его, как один из наиболее «раскрученных» брендов. После дискуссии по этому вопросу, группа пришла к единодушному выводу о невозможности получения соответствующей лицензии в рамках существующего законодательства и с учетом ситуации на рынке алкогольной продукции. Вместе с тем, на основании опыта экономически развитых стран, целесообразно поддержать программы по развитию местных видов традиционных напитков (таких, например, как пиво, сидры и т.д.). Пример «раскрутки» таких местных продуктов наглядно демонстрируют нам соседние Литва, Латвия и Польша. Результат — получение дополнительных средств для развития регионов, новые рабочие места, привлечение туристов специфическими видами традиционных напитков.

Это заключение подтверждается мнением известного журналиста Тимоти Брайена, обозревателя по туризму влиятельной британской газеты «Гардиан», который посетил Беларусь и поделился своими впечатлениями в ходе интервью журналу «Minsk where» (сентябрь 2006 г.). Отвечая на вопрос «А есть нечто такое, ради чего Вам хотелось бы вернуться в Беларусь?», Тимоти Брайен подчеркнул: «Я не стал бы возвращаться ради того, чтобы увидеть исторические объекты: замки и т.д. Мне захотелось бы вернуться для того, чтобы увидеть побольше относящегося к недавней советской истории, увидеть сотни мест этой эпохи, небольшие города, их образ жизни. А еще я бы приехал из-за водки. Здесь очень много разной качественной водки и этим следует пользоваться. ... Это очень интересно. Думаю, что вы вполне могли бы организовывать для моих соотечественников «водка-туры». Некоторые привычные для вас явления выглядят очень экзотично с точки зрения того же британца».

Об экологическом земледелии

И еще об одном немаловажном моменте, уже вскользь упомянувшемся нами. Именно агротуристические усадьбы уже становятся пионерами экологического земледелия, которое в перспективе может стать весьма важным компонентом аграрной сферы Беларуси. Понимая, что качественное, вкусное и полезное питание отдыхающих на селе людей является одним из наиболее ве-

сомых аргументов при выборе ими вариантов проведения досуга (выходных дней или отпуска), сообразительные хозяева агроусадьб выбирают экологическое земледелие. Отказываясь от тезиса «урожай любой ценой», они ориентируются на конкретный спрос клиентов, которые предпочитают домашнюю еду из продуктов с сельского огорода. При этом на первый план выдвигается качество продукции, с одновременными позитивными эффектами в области охраны окружающей среды, благодаря отказу от использования химикатов и максимальному применению в хозяйстве природных веществ и соединений.

Фестивали, сельские праздники, ярмарки

Эта тема «тянет» на отдельные брошюры, книги и специальные исследования. Вместе с тем, фестивали, ярмарки и сельские праздники все более заметно «шагают по стране», и обобщение первого опыта и «советы новичкам» будут здесь, на наш взгляд, очень уместны. Такие рекомендации мы сгруппировали в «25 фестивальных рецептов», каждый из которых далее сопроводим небольшим комментарием.

25 фестивальных рецептов

1. Не бойтесь начинать, не усложняйте. Рекомендации Николы Свон (Nicola Swan), эксперта по устойчивому развитию из Великобритании, Директора Международной сельской сети (International Rural Network) участникам движения за устойчивое развитие в Беларуси: «Не бойтесь начинать организацию фестивалей в вашей деревне, поселке, городе. Начать можно с очень простых действий. Так, соберутся несколько человек со своими собаками на парковой лужайке, затеют соревнования, организуют пикник, и тут же выставят табличку «Первый международный фестиваль деревенских собак в деревне Загорье» (название деревни – условное). Здесь же будет объявлена дата проведения следующего фестиваля в следующем году. А там, глядишь – уже и зрителей, и участников побольше, и передвижной киоск с прохладительными напитками подтянулся, и предприниматели привезли на продажу изделия по «собачьей теме».

А те, кто уже проводит фестивали: не останавливайтесь на одном мероприятии в год. Хорошего должно быть много. В польском город-

ке Цехоцинек (не больше 20 тысяч жителей) ежегодно проводится 50 всепольских фестивалей в год. Это утряивает городской бюджет.

2. Не упрощайте: начинайте готовиться заранее. Помните: «Удача любит подготовившегося», поэтому заранее соберитесь вместе, обсудите и зафиксируйте (составьте протокол) ваши решения, составьте план подготовки фестиваля. Это потом поможет вам. Здесь может также пригодиться проведение SWOT-анализа, чтобы выявить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы в связи с проведением праздника.

3. Подходите к фестивалю как к проекту. Прикиньте ресурсные возможности, закрепите ответственных за пункты плана, установите конкретные сроки выполнения мероприятий.

4. Выбирайте оригинальную тему. Задача стать заметными на «фестивальной карте» Беларуси должна иметься в виду с самых первых шагов вашего нового проекта. На первых порах (а может и в течение длительного времени) невыразительное название вашего события может стать антирекламой, когда люди не будут понимать, с чем его ассоциировать, да и запомнить его будет непросто. Поэтому ориентируйтесь на уже имеющихся лидеров, которые «закрепили» за собой такие яркие образы, колоритные белорусские слова. Речь о таких практически уже брендах, как «Прысмакі» (Мотоль), «Кола дзён» (Комарово), «Бард-рыбалка» (Быхов), «Завіруха» (фестиваль гонок на собачьих упряжках в Воложинском районе).

5. Связывайте название с названием местности, историческими событиями. Так, на Зельвенщине продолжают традиции «Анненского кирмаша», в Залесье фестиваль-кирмаш «Залессе запрашае сяброў», сразу понятно куда, «Глушанский хуторок» тоже обозначает свое местоположение. Часто большинству людей мало что говорит просто название вашей местности, входящее в общее название фестиваля. Однако в перспективе это сулит выигрыш в связи с тем, что название уже раскрученного фестиваля будет работать на общий имидж вашего края, повышая его конкурентоспособность и привлекательность.

История дает много шансов для выбора темы и названия фестиваля. Так, наверное, немного современных белорусов знает о древнем городе Радомль, от которого до наших дней дошли лишь замковая гора и живописное городище в деревне Радомля Чаусского района. О ценности такого исторического потенциала говорили на семинаре, который состоялся в сентябре 2012 года в этой

деревне в рамках проекта «Чаусская школа развития агроэкотуризма» общественного объединения «ЭНДО». Одна из идей, высказанная на семинаре — проведение фестиваля — была активно поддержана участниками. А вот над названием решили еще подумать. И просили пока не выдавать высказанные там идеи. Конкуренция? Конечно. И это заставляет активнее работать.

6. Думайте о брендинге. Здесь нелишним будет вспомнить о рекомендациях экспертов, подчеркивающих, что основа любого бренда – это впечатление. Воспоминание, которое увезет с собой турист. Напоминание о годах расцвета деревни для пожилого местного жителя. Оригинальные фотоснимки для фотолюбителя и профессионала. «Потяжелевший» кошелек для предпринимателя. «На Анненском кирмаше» в Зельве всегда чему-то удивись и откроешь для себя что-то новое», – примерно так должен думать гость этого фестиваля. «А в Желудке на «Фестивале цветов» можно купить очень недорогие саженцы и рассаду, а также вкусно поесть и повеселиться». «На «Коле дзен» в Комарово я точно пополню свою коллекцию резьбы по дереву, а также куплю оригинальные подарки на все дни рождения моих друзей и родственников!». «Жду, не дождусь следующих «Мотальскіх прысмакаў» – вот где действительно самобытный и вкусный праздник!»... Такие впечатления очень помогают «раскрутке» фестивалей. Организаторы, спрашивайте гостей об их впечатлениях, и учитывайте их идеи при организации следующих праздников.

7. Максимально привлекайте население и власти. Принцип партнерства здесь становится реальной силой. Вспомните сказку «Репка», где даже маленькая мышка внесла свою лепту в решение сложной задачи. Реальным примером в Беларуси является подготовка фестиваля «Мотальскія прысмакі», на организационное собрание по подготовке которого собираются все активные представители местного сообщества, а из райцентра приезжает председатель райисполкома.

8. Зазывайте вип-персон. Часто для людей участие в фестивале послов зарубежных государств, руководителей министерств, звезд спорта и культуры – признак качества события. Не следует пренебрегать таким обстоятельством.

9. Отдавайте максимально «на откуп» личному и коллективному творчеству участников. Самые интересные идеи рождаются внутри местного сообщества. Дайте возможность людям проявить свои таланты, реализовать творческий потенциал. При этом

у участников появляется чувство причастности к событию, они становятся его своеобразными со-собственниками, соавторами. И это заставляет людей более ответственно и активно работать для достижения успеха. Хорошие результаты дают в этом отношении те самые «падворки», которые все чаще становятся атрибутами фестивалей. Идеи этих мини-театров (а каждый такой «падворак» часто бывает именно таким!) — это идеи самих их создателей. Вот где проявляются изобретательность, местный колорит, юмор. И все это работает на общий эффект праздника.

10. Устанавливайте постоянную дату фестиваля. В этом случае появляется большая возможность «привязать» потенциального участника к мероприятию, заранее включив это событие в жизненный календарь человека. Сейчас многие планируют свои мероприятия заранее, часто – за месяцы и даже годы. Это надо учитывать. Возможным вариантом здесь является, так сказать, постоянно-переменная дата (например, первая суббота такого-то месяца). Заранее установленная дата может быть более мощно (в течение более длительного времени) прорекламирована. Она будет отмечена в календарях значимых событий года, начиная с самого начала года и даже еще раньше.

11. Изучайте «конкурентов»: не совпадает ли время, тема, форматы, «изюминки». Это часто сделать непросто. Так, например, даже ставшие уже традиционными «Дажынки», для организации которых в полную силу используется административный ресурс, часто переносятся. Однако что-то сделать можно. Изучите календарь известных фестивалей, обратите внимание на ближайшие (по расстоянию и дате) к вашему, и, если есть риски «утечки» клиентов, внесите коррективы. То же самое относится к теме, форматам, «изюминкам». Надо стараться не повторяться с соседями или потенциальными равными по рангу фестивалями. Обменивайтесь информацией – в этом заинтересованы, как правило, обе стороны.

12. Продумайте варианты проведения праздника на случай плохой погоды. Сооружение тентов над сценами, резервные площадки под крышей для концертов и танцев, шатры и палатки могут сослужить хорошую службу в случае непогоды.

13. Приглашайте соседей (соседние сельсоветы, районы, предприятия, учреждения культуры). Это может существенно обогатить ваш праздник, расширить спектр услуг и реализуемых товаров, внести новые нотки в оформление элементов

фестиваля. Предлагайте вашим соседям приезжать в национальной одежде, привозить традиционные изделия и продукты, демонстрировать самобытных мастеров. При этом выигрывают все: участники учатся друг у друга, разнообразие товаров и услуг привлекает покупателей, устанавливаются партнерские связи между местными сообществами.

14. Не переборщите с официальной частью. Понятно, что хочется вместить в рамки фестивалей много важных действий: и наградить победителей соревнований, и воздать хвалу финалистам конкурса на лучшее благоустройство усадьбы, не забыть ветеранов и молодежную спортивную команду, отличившуюся на соревнованиях. Да и выступить с «коротенькой» речью немало. Но мера нужна и в этом. Возможный вариант для решения такой проблемы: разделить ее на несколько компонентов и проводить частями в разное время или, если ситуация позволяет, одновременно в разных местах. Праздник или фестиваль – это все-таки более свободное проведение времени, чем сидение часами перед официальными ораторами.

15. Больше включайте действий в фестивали и праздники, делайте их интерактивными. Одно дело, когда продавец просто разложил свой товар, и подчас неизвестно – местного эта продукция происхождения или китайская. Совсем другая картина, когда мастер сам на глазах у людей изготавливает и продает свой товар. А еще лучше, когда вовлекает в процесс посетителей, туристов. Группы любопытных собираются вокруг настоящих бабушкиных ткацких станков, у работающих гончарных кругов и кузнечных мастерских, вынесенных на фестивальные улицы. Кто-то плетет корзинку, другой — вяжет традиционные белорусские половики-круги. Художники рисуют картины, на глазах рождается вышиванка... Успех обеспечен.

Однажды пришлось наблюдать, как в Вашингтоне на площадь перед Белым Домом на фестиваль ремесел народов мира притащили огромную деревянную лодку, которую в ходе фестиваля, не спеша, достраивали несколько африканцев.

В Мотоле даже самогонные аппараты устанавливают на одной не самой центральной фестивальной улочке. Это тоже часть народного быта, культуры. Дегустация. Задействовали и вкусовые рецепторы.

А на празднике в поселке Боровуха, что под Новополоцком, привлекли десантников из местной военной части. Так те устроили такой запоминающийся «экшн» со стрельбой из пулемета (холо-

стыми, конечно), единоборствами, разбиванием руками кирпичей и хождением по битому стеклу... Редкое и запоминающееся зрелище не только для детей, но и для взрослых.

Включайте в программные номера фестивалей животных и птиц. Возможно, это подойдет не к каждой тематике сельского праздника, но если что-то близкое, то стоит использовать и этот аттрактант. Многие городские дети редко видят домашних животных, даже обычных – лошадей, коров, свиней, гусей. Особенно умиляют и собирают рой детворы маленькие: жеребята, телята, поросята, гусята. На одном из фестивалей в Глуше среди людей гулял раздувшийся и распушившийся индюк: это было необычно, интересно и весело. «Мы специально его сюда пустили. Он очень смиренного нрава и любит бывать среди людей», – рассказывали организаторы. В Мотоле же в специально сооруженных загонах стояли огромные породистые быки и коровы, представленные сельскохозяйственным предприятием. Интерес был огромный. И вот мне как запомнилось.

16. Дайте площадку молодежи, выделите место для детей. Как показала практика, такие решения, как правило, оправдывают себя. Энергия детей и молодежи может быть реализована в спортивных состязаниях, танцевальных конкурсах, на дискотеках...

17. Используйте потенциал общественных советов и некоммерческих организаций, привлекайте бизнес. Имеющиеся в вашей местности некоммерческие организации, а также общественные советы по устойчивому развитию, по развитию туризма и предпринимательства — очень важные соорганизаторы фестивалей. Если же таких пока нет, то подумайте об их создании.

Фестиваль «Вкус Каламазу» (так называется город в штате Мичиган, США) курирует специально для этого созданное общественное объединение. Оно заключает договор на организацию фестиваля с предпринимателем – профессионалом по, как сейчас говорят, событийным технологиям. В результате зарабатывает предприниматель, часть прибыли перечисляется общественной организации, а городские жители получают несколько дней веселой и «вкусной» фестивальной жизни. Все довольны...

18. Используйте волонтеров

Это касается как собственной (местной) молодежи – школьников или студентов на каникулах, так и внешних – из различных белорусских и зарубежных волонтерских организаций. Часто та-

кие организации ищут интересные возможности для приложения своего труда и креативности. Ищите их через Интернет, узнавайте у коллег, обращайтесь в крупные общественные организации, и – приглашайте. Бывает, что требования к волонтерскому лагерю довольно приемлемые, а при этом эффект от вливания новых участников бывает весьма ощутим. Хорошо, если найти средства, изготовить яркую форму для волонтеров на фестивале: майки или кепки с логотипами праздника. Заметные в толпе волонтеры будут полезными помощниками, а недорогая атрибутика достанется им в качестве запоминающегося сувенира.

19. Не забудьте пригласить выходцев из вашей местности.

Земляки навсегда останутся земляками: малая родина, общее место рождения сближает, усиливает доверие, располагает к общению и сотрудничеству. Проведите работу по выявлению выходцев из вашей местности, которые в настоящее время живут в других краях. Пошлите им приглашения, спишитесь по электронной почте, спросите совета и предложите сотрудничать при организации фестиваля. Шансы на успех немаленькие. Неоднократно приходилось наблюдать на местных праздниках восторженных и взволнованных людей, которых судьба забросила в иные города и страны. Они выражали желание внести свой вклад в возрождение своего родного места, обсуждали варианты инвестиций, интересовались возможностями поддержки местного развития. Важный потенциал, который необходимо использовать.

Когда мы говорим о земляках, то стоит расширить их круг. К ним следует причислить сослуживцев, которые провели свои армейские годы в военной части, расположенной в вашей местности. Многие из них мечтают вновь посетить места своей юности.

Если в вашей местности есть или было учебное заведение типа училища или техникума – вспомните об учащихся и студентах, которые провели несколько лет своей жизни в вашем городе или поселке. Кто знает, а может быть, их приглашение на ваш фестиваль станет началом нового этапа сотрудничества.

Дореволюционных (для Восточной Беларуси) и досоветских (для Западной) жителей ваших мест осталось уже не так много. Однако возможно вам удастся разыскать их детей, внуков или других родственников. Подумайте и об этом. Такие контакты также могут оказаться весьма плодотворными.

20. Учитесь: читайте, участвуйте, привлекайте экспертов, советуйтесь с «бывалыми». Здесь к названию подзаголовок, как говорится, и прибавить нечего. Немного только об участии. Речь идет о том, чтобы учиться развитию фестивалей, принимая участие в аналогичных праздниках, проводимых в других городах и районах. Найдите время и средства, объединитесь с единомышленниками, – и в путь за новыми знаниями, контактами и ресурсами! Под лежащий камень вода не течет. Представители Желудка и Зельвы, Залесья и Глуши могли бы вам подтвердить, насколько важно было для них принять участие в фестивалях в других белорусских краях, чтобы потом и собственный праздник организовать «на ура».

21. Внедряйте принципы устойчивого развития и элементы «зеленой экономики». Сейчас и в будущем акценты в стратегиях развития всех сфер жизни (включая фестивальное движение) необходимо ставить на такие подходы. Эко-ответственные фестивали, устойчивое мероприятие (sustainable event) – такие выражения решительно входят в практику.

Так организаторы Сиднейского фестиваля (Sydney Festival) разработали специальный документ «Видение управления устойчивостью». В него включены рекомендации по организации «устойчивого офиса», планирования и реализации мероприятий (с подразделами по энергии, отходам, воде, транспорту, закупкам, маркетингу, коммуникациям, мониторингу и оценке). При подготовке фестиваля продумываются и закладываются в планы пути минимизации негативных и максимизации положительных экологических, социальных и экономических эффектов мероприятия. Принципы устойчивого развития внедрены во все аспекты планирования мероприятий, включая закупку, производство, логистические решения (подробнее см.: http://www.sydneyfestival.org.au/uploads-2012/file/Sydney_Festival_Sustainability_Management_Vision.pdf).

Фестиваль искусств, культуры и музыки Boom Festival, проводимый в Португалии, организуется в соответствии со специальной декларацией, включающей устойчивые подходы по следующим направлениям:

- энергия,
- санитарно-гигиенические вопросы (компостные туалеты),
- очистка воды,
- использование материалов, бывших в употреблении, и сокращение потребления,

- повторное использование отходов,
- общественный транспорт,
- эко-искусство (Eco-Art),
- био-строительство,
- социальная устойчивость: интеграция меньшинств и людей с особыми потребностями,
- образовательные мероприятия.

Организаторы этого фестиваля рекомендуют постепенно, но настойчиво внедрять устойчивые практики в фестивальное дело: «Возьмитесь сначала за что-то одно. Например, мусор. И проработайте этот вопрос очень тщательно, так, чтобы все поняли серьезность ваших намерений. Тогда дело пойдет и с другими начинаниями».

22. Фиксируйте историю ваших фестивалей. Это как кредитная история в банке, благодаря которой с течением времени появляется возможность для больших кредитов и на более выгодных условиях. Поэтому сохраняйте фотоматериалы о фестивалях, экспонаты, которые (кто знает?), может быть займут свое место в музеях. И это тоже будет работать на привлекательность вашей местности.

23. Рекламируйте фестиваль через Интернет. Даже если кажется, что на первых порах это не нужно. На самом деле большинство ваших потенциальных клиентов ищут такую информацию именно через Интернет. Особенно молодежь – самая активная и подвижная часть населения. Не поместив рекламы своего события в Интернете, вы, по сути, спрячете ваш фестиваль от многих заинтересованных его участников (в том числе потенциальных партнеров и инвесторов).

24. Не отчаивайтесь, если успех приходит не сразу. «Фестивальное движение не может развиваться стремительно, потому что надо приобретать опыт, искать средства, проверять привлекательность идей», считает Астрид Зам, известный немецкий эксперт, много лет проработавшая в Беларуси. Неудача – тоже опыт. А в китайском языке, говорят, иероглиф «проблема» одновременно означает и «возможность». Так что с новыми силами – к победам!

25. Коммерциализируйте ваш фестиваль (работайте над получением прибыли). Данный вопрос рассмотрим немного подробнее, потому что это – важнейшее условие надежного долговременного развития вашего детища (фестиваля). Долго продержаться лишь на административном ресурсе или энтузиазме небольшой группы людей могут лишь единицы. Хотя, по большому счету, и для государства, и для местных сообществ поддержка таких мероприя-

тий – также коммерчески (и политически) прибыльный проект. Правительства и муниципальные власти многих стран вкладывают средства в развитие туризма (туристической инфраструктуры, «брендового» бизнеса, фестивалей) в том числе и потому, что эти вложения экономически выгодны территориям, благодаря созданию рабочих мест, продаже товаров и услуг, оплате налогов, привлечению инвесторов. То есть, это такие вложения, о которых говорят: «Давать не рыбу, а удочку». И, значит, создавать условия для саморазвития – наиболее целесообразной модели общественного движения вперед.

При этом, ситуация становится еще более стабильной в случае, когда при организации фестиваля его сразу начинают рассматривать и как бизнес (наряду с социальными и экологическими эффектами).

Приезжавший в Беларусь Чарльз Флинк, известный эксперт по зеленым маршрутам из США, рассказал, к примеру, о том, что правительство его страны выделило 6 миллионов долларов на развитие велосипедной инфраструктуры. Теперь, благодаря этому, в год реализуется велосипедных товаров и услуг на сумму 60 млн. долларов.

Но вернемся к фестивалям. Тот же Чарльз Флинк рассказал пример возрождения одного из небольших городов в Северной Дакоте через зеленый маршрут и фестивали. Город сильно пострадал после одного из наводнений и пожаров, и власти пригласили экспертов для консультаций по выходу из проблемной ситуации. И, хотя это может показаться странным, был предложен вариант развития зеленого маршрута и фестивалей как инструмента его продвижения. Было много противников у такого предложения, однако оно было принято. Теперь это – история успеха. Хотя поработать пришлось. Только через 6 лет работы, в 2004 году зеленый маршрут открылся, а фестивали, проведенные в том году, посетили 60 000 (шестьдесят тысяч) человек. Сейчас фестивали в этом городке проводятся каждый месяц. За полгода (то есть от 6 фестивалей) в регион «приходит» около 16 миллионов долларов. Несколько фактов (с акцентом на экономику) о фестивалях в этом городке:

- Участники (которые представляют свой бизнес, организацию, местное сообщество) платят за площадку или за помещение (цены, как правило, от 10 до 20 долларов);
- Посетители (туристы) платят за вход на фестивальную территорию (цены зависят от конкретного случая, но в большинстве случаев – от 2 до 5 долларов). Дети, как правило, проходят бесплатно;
- У каждого фестиваля в рамках одного года – своя тема (попу-

лярны фестивали ловли сомов, зимней рыбалки, кулинарные, праздники урожая, катанье на санках зимой, тыквенные фестивали, праздники в честь Дня отца, в День Независимости, праздник посадки деревьев...);

- В городе создали организацию – ассоциацию друзей фестиваля (волонтеров), которые помогают при его проведении;
- Средний радиус территорий, откуда приезжают на фестивали, – 60 километров (максимум – 200);
- Проведение фестивалей привлекло большой бизнес: в городе открылся международный call-center;
- В качестве дополнительного «мини-фестиваля» в городе проводится Рождественское мероприятие, когда они обвешивают дорогу гирляндами и берут плату за проезд под ней. Зарабатывают с этого около 25 тысяч долларов;

«Наша цель, говорят организаторы фестивалей, – держать минимальные цены, но проводить много фестивалей».

Вот такие уроки только одного американского городка. Массу аналогичных примеров можно найти и в других странах. Копайтесь в Интернете.

Примеры таких подходов уже начали появляться и на белорусских фестивалях. Активно торгуют предприниматели на «Мотальских прысмаках», «Камарова – кола дзён» и других. А в 2010 году всех, как писал сайт «Завтра твоей страны» (http://www.zautra.by/art.php?sn_nid=7868&sn_cat=32), «перещеголяли» хозяева «Анненскага кірмаша» в Зельве. Исполком приобрел льняное самотканое полотно, а работники комбината бытового обслуживания разработали модели старинной одежды: мужские рубашки и женские платья очень простого кроя. Во время фестиваля они шли нарасхват: и потому, что больше нигде такие не купишь, и потому, что продавались почти задаром – по себестоимости. Тем не менее, за день КБО заработал миллионы рублей, а туристы в обновках заполнили улицы городка. Это создавало интригу и объединяло гостей фестиваля. А когда продукция разошлась по рукам, работники КБО быстро сориентировались и стали принимать заказы на индивидуальный пошив. Мерку снимали прямо на улице, можно сказать, рубашки «размножались» прямо на глазах. Так что и я от покупки брендовой рубашки не отказался. Вот такая фестивальная экономика.

Еще из фестивальной копилки опыта

В **Мотоле** обращает на себя внимание широкая вовлеченность местного сообщества, бизнеса, участие соседних сельсоветов, этнография, ну и, конечно же, – присмаки! Мастер-классы лучших сельских предпринимателей Мотоля (у специализированных стендов) по переработке рыбы, производству колбасных, хлебных и кондитерских изделий, по разведению животных и выращиванию сельскохозяйственных культур. Здесь же проводился смотр-конкурс «Бабуліна кухня», а в обрядовом домике музея народного творчества можно было принять участие в обряде «Вясельны каравай».

В поселке **Желудок** в 2012 году Фестиваль цветов проходил с названием «Спадчына мая – старонка родная». Можно поучиться креативности у организаторов, которые провели накануне и во время фестиваля множество конкурсов, среди которых многие требуют своего упоминания.

«Красота вдохновляет на труд» — конкурс на лучшее художественное решение и ландшафтный дизайн территории учреждений, предприятий, организаций;

«Дом и двор, где я живу» — на самую «цветочную» усадьбу, придомовую территорию;

«От предков испокон веков» — на лучшее отражение традиций, истории и культуры края;

«Цвети, мать-земля!» — на лучшую композицию на принципах устойчивого развития: (использование цветов в горшках, традиционных местных цветов, местных материалов, вторичное использование отходов);

«Цветочный фейерверк» — на самый яркий цветник;

«Быть в единстве с землей — счастье» — на лучший цветник пожилых граждан;

«Солнечно-цветочный хоровод» — на обилие цветочного ассортимента в композиции;

«Ух-ты!!!» — на оригинальность, фантазию, новые идеи.

В поселке **Глуша** (Бобруйский район) с 2010 года силами поселковой власти и активных жителей организуется фестиваль народного творчества и ремесел «Глушанский хуторок». В этом (2012) году он прошел в последнюю субботу сентября и время его проведения уже стало традицией.

Организаторы и участники фестиваля называют «изюминкой»

своего праздника мастер-классы гончаров, где вы можете принять участие в изготовлении оригинального керамического изделия от лепки до обжига и «секретного дедовского» рецепта «обварки» вашего шедевра. Друзья - единомышленники организуют оригинальные «подворки», приглашая в гости посетителей.

Фестиваль в Глуше развивается, растет количество участников и приезжих (из Бобруйска желающих доставляют на автобусах). Активно подключились к участию в фестивале соседние сельсоветы и даже представители других районов. Учитывая близость Бобруйска, Осиповичей, Старых Дорог и Глуска (Глуша расположена в центре этого «четырёхугольника»), а также хорошее транспортное сообщение с Минском, можно ожидать, что фестиваль «Глушанский хуторок» (при грамотном пиаре!) может стать заметным культурным явлением в Беларуси в целом. Тем более, что уже принято решение придать фестивалю статус районного и межрегионального, что привлечет сюда дополнительные ресурсы. Одновременно целесообразно подумывать о более сильном брендинге фестиваля, сделав его заметнее на «событийной карте» страны. Возможно, следует увязать проведение фестиваля с творчеством известного белорусского писателя и общественного деятеля Алеся Адамовича, который жил и похоронен в Глуше. Музей Алеся Адамовича в Глуше, о создании которого уже давно идут разговоры, также мог бы стать частью местного бренда. Так что в следующем сентябре в последнюю субботу все едем в Глушу!

Хорошо «раскручивается» фестиваль-кирмаш «Залессе запрашае сяброў», организуемый в деревне **Залесье** Сморгонского района и ставший уже традиционным. В этом (2012) году на праздник приехали артисты, художественные коллективы, ремесленники и туристы со всей Беларуси. На концерте выступили также деятели культуры из Польши и Литвы. Довольны организаторы, гости и местные жители. «Як усё роўна даўней!», - почти со слезами на глазах говорили старожилы. Здесь можно было купить настоящие деревенские продукты (даже производство сыров возродили!), зайти на угощение в один из многочисленных «падворкаў», поиграть в игры, потанцевать, принять участие в спортивном состязании. Проведение фестиваля увязывается с темой белорусского композитора Михала Клеофаса Огинского (фамильный дворцово-парковый комплекс благодаря этому приобрел больше шансов на успех в реставрации и возрождении). Активные залесские жители создали Местный благотворительный фонд «Северные Афины», для которого проведение

фестиваля – приоритетное направление в работе. Местный праздник привлек внимание предпринимателей: появился интерес к покупке старой мельницы и планы по созданию кафе. Так фестиваль стал катализатором многих позитивных изменений в Залесье.

И еще один зарубежный пример. Узнали о нем благодаря уже упоминавшемуся проекту «Чаусская школа развития агротуризма» общественного объединения «ЭНДО». На один из семинаров они пригласили польского эксперта Казимира Походыло, который среди прочего рассказал об интересном фестивале в Польше. Есть там местность такая – **Долина Барычи**: самый «рыбный» регион страны. К слову, в Польше очень умеют раскручивать вот это выражение «самый». В каждом городишке найдется что-то самое-самое. Причем, как минимум, в Европе, а то и в мире. Надо учиться и такой сноровке! Так вот, Долина Барычи находится на юго-западе Польши, в этом регионе самый большой комплекс водохранилищ в Европе. Карпов там ловили еще в XVII веке, и этот старинный промысел возродили в наше время. Причем туристы едут туда и насладиться богатой природой, и отведать местную рыбную кухню. Хотя стоимость карпа превышает стоимость свинины. Вот, пожалуйста, еще одна экономическая подсказка. Ежегодно с сентября по октябрь проводятся так называемые Дни карпа. Каждый расписан и включает различные мероприятия: церемонию ловли карпа, конкурсы поваров, дегустацию блюд.

Заключение

Включение вопросов развития сельского туризма и проведения фестивалей в местные стратегии устойчивого развития территорий (Местные повестки-21) позволяет увязать данный тематический блок с их другими компонентами стратегического плана, что усилит «живучесть» этого направления деятельности. Важно при этом закрепить статус мероприятий по развитию сельского туризма и фестивалей путем утверждения Местной повестки-21 исполкомом или Советом депутатов. Эффект не заставит себя ждать. Несколько перефразируя неофициальный лозунг заседаний по вопросам устойчивого развития территорий на Всемирном саммите по устойчивому развитию в Йоханнесбурге в 2002 году, можно сказать: «Много маленьких агротуристических хозяйств и небольших сельских фестивалей во множестве маленьких городков и деревень, делая много маленьких дел, изменят страну и мир».

Поддержка развития сельского туризма со стороны общественных объединений Беларуси

(Информация подготовлена с использованием материалов сети Интернет)

Наряду с государственными органами, развитием сельского туризма в Беларуси занимаются и общественные объединения. Таких объединений немного, но их отличие в том, что они работают с сельским населением и пытаются развивать их активность. Пожалуй, наиболее известной организацией среди них является Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне». Это некоммерческая организация, созданная еще в 2003 году. В ее состав входит немногим менее тысячи белорусов — главным образом жителей сельской местности. Это активные люди, осваивающие новую профессию «хозяин агроэкоусадьбы».

Задачи и направления деятельности БОО «Отдых в деревне»:

- привлечение граждан к занятию агро- и экотуризмом;
- усиление их экономической и социальной активности;
- популяризация сельского и экологического туризма;
- содействие развитию национального законодательства и международного сотрудничества;
- обучение желающих заниматься сельским туризмом: семинары, встречи с экспертами;
- «инвентаризация» всех ресурсов сельского туризма, имеющихся в нашей стране;
- реклама, «продвижение» сельского туризма на туристическом рынке в Беларуси и за границей.

Специалистами БОО «Отдых в деревне» создан первый в Беларуси информационно-консультационный «Центр развития агро- и экотуризма». Это информационное учреждение, которое по своей сути является бизнес-инкубатором в области агро- и экотуризма — инновационной моделью, которая обеспечит поддержку всем тем, кто хочет заниматься или уже занимается агро- или экотуризмом, либо другой деятельностью в сфере туризма в сельской местности.

Также здесь действует образовательная программа для хозяев усадеб «Лаборатория сельского туризма», которая ориентиро-

вана на участников с разным уровнем подготовки. Лаборатория позволяет пройти базовый курс обучения, курс для опытных хозяев усадеб, а также специализированные тематические курсы с использованием местного опыта и лучших зарубежных практик.

Для того, чтобы вступить в БОО «Отдых в деревне», нужно написать заявление на имя Председателя Правления БОО «Отдых в деревне» Клицуновой Валерии Анатольевны. Одновременно нужно оплатить вступительный взнос – одну базовую величину в Центральное отделение ОАО «Белагропромбанк» в г. Минске: р/с 3015200690016, код 964, УНП 102297654. В наименовании платежа необходимо указать «членский взнос». Членские взносы оплачиваются один раз в год.

Организация расположена в Минске по адресу: 220092, ул. Дунина-Марцинкевича, д. 6.

Более подробную информацию об этом общественном объединении можно получить по телефонам: 80172050465, 80172050174, 80292634195, 80445901910, по электронной почте: info@ruralbelarus.by, а также, обратившись на сайты: www.ruralbelarus.by, www.greenbelarus.com, www.greenways.by, www.agrotourconsult.by

Кроме общественного объединения «Отдых в деревне», в разных областях Беларуси есть и другие общественные объединения, работающие в сфере развития агроэкотуризма. Так, на территории Могилевской области работает Могилевское экологическое общественное объединение «ЭНДО». Главной целью деятельности объединения является содействие устойчивому развитию Могилевского региона через повышение экологической грамотности жителей области и вовлечение населения в активные действия на благо Родины, собственного здоровья, окружающей среды и будущих поколений.

МЭОО «ЭНДО» вместе с Чаусским районным исполнительным комитетом создали Чаусский Информационный центр по устойчивому развитию и экотуризму. В рамках работы этого центра реализовывался проект «Чаусская школа развития агроэкотуризма». С 2013 года опыт этого проекта будет использован для создания Региональной (межрайонной) школы развития агроэкотуризма.

Информационный центр расположен в г. Чаусы по адресу: ул. Ленинская, д. 17, к. 116.

Дополнительную информацию о деятельности МЭОО «ЭНДО»

и Информационного центра можно получить по телефонам: 80291312076, 80297402189, 80291185371, 80297402189, а также по электронной почте: endo@tut.by

На некоторых территориях Могилевской области ведет свою работу Международный фонд развития сельских территорий. Это некоммерческая организация, основной целью которой является содействие социально-экономическому и культурному развитию сельских территорий Республики Беларусь. Проводником его идей в Могилевской области является Местный фонд развития сельских территорий «Возрождение-агро», который действует в Славгородском районе. Одним из направлений его деятельности является содействие развитию агрозкотуризма и других не сельскохозяйственных видов экономической деятельности в сельских населенных пунктах.

Эта организация расположена в Славгороде по адресу: ул. Садовая, д. 4, к. 4. Дополнительную информацию можно получить по телефону 80224624220 или по электронной почте: rdcslavgorod@tut.by

Информационное сопровождение деятельности в сфере агротуризма

Светлана Вишневская

К информационному сопровождению бизнеса в числе прочего относится и реклама. Поскольку агротуризм в нашей стране пользуется большими льготами и поддержкой государства, документооборот в таком бизнесе предельно упрощен и сведен к минимуму, так что именно реклама собственных услуг становится для владельца агроусадьбы главной информационной задачей.

Сейчас уже наступило время, когда у активных людей даже в деревне не редкость домашний компьютер и доступ в Интернет. Большинство таких людей владеют компьютером на уровне пользователя и используют его регулярно в своей работе по основной профессии.

Это же можно сказать и о владельцах агроусадеб. Те хозяева усадеб, у которых есть Интернет, выходят в сеть регулярно. У многих есть и электронный почтовый ящик. Однако, несмотря на свою «продвинутость», большинство хозяев усадеб не считает самой эффективной рекламу в сети Интернет, предпочитая традиционную наружную рекламу и устные рекомендации тех, кто уже побывал на агроусадьбе или знаком с хозяевами.

Попробуем ответить на три главных вопроса:

1. Зачем владельцам агроусадеб нужны информационные технологии?
2. Как использовать информационные технологии в туристическом бизнесе?
3. Куда обращаться владельцам усадеб, чтобы о них узнало как можно больше людей?

Преимущества рекламы и общения с клиентами через Интернет, быть может, не всем известны, но они есть. Реклама на отечественных сайтах и порталах, посвященных туристическим услугам, стоит недорого, а зачастую и вовсе бесплатна. Дело в том, что владельцы многих сайтов (если это, конечно, не интернет-магазины) зарабатывают на показах рекламных баннеров. Текстовая и визуальная информация, которая содержится на сайте, должна привлекать как можно больше посетителей, поэтому владелец сайта заинтересован в привлечении его источников. Передавая текст об агроусадьбе с фотографиями и контактами администратору сайта, владелец агроусадьбы получает бесплатную рекламную площадку.

Есть довольно большая доля людей, которым характер их рабо-

ты не позволяет совершать звонки в «приличное» время (с 8-00 до 22-00). Большую часть дня эти люди заняты разговорами по телефону, либо их телефонная линия должна быть свободна для работы. Это могут быть менеджеры, частные предприниматели... Именно эти люди больше всего мечтают о сельской тишине, именно для них услуги владельца агроэкоусадьбы являются самым желанным отдыхом. Но в то же время они зачастую не имеют возможности позвонить и заказать эти услуги. Не используя для связи Интернет (хотя бы обычную электронную почту), владелец агроусадьбы лишается части своих клиентов, возможно, наиболее культурных и благодарных.

Не следует забывать о людях с ограниченными возможностями. Например, человек с нарушениями речевого аппарата позвонить на агроэкоусадьбу никак не сможет. Не станет же он и отправлять бумажные письма в конвертах, верно? И просить каждый раз об услуге близких и знакомых ему тоже неудобно. Для него общение по электронной почте — единственный комфортный вариант.

Каждый отдельный вид традиционной рекламы, такие как бегущая строка на телевидении, объявление в газете, бигборды на дорогах и др., всегда дают потенциальному клиенту ограниченную информацию. В газете вы не сможете поместить много фотографий, на бигборде нельзя написать обширный текст, а бегущая строка бежит быстро, ее могут и не заметить (равно как и не запомнить на бегу или во время езды номер телефона и адрес усадьбы, напечатанный на плакате). На интернет-странице же человек может находиться достаточно долго в удобное для этого время. Ему будет удобно скопировать ваши контактные данные без ошибок себе на компьютер, а в случае чего сразу же ими воспользоваться.

Размещая информацию о себе в сети Интернет, владелец усадьбы может рассчитывать и на зарубежных клиентов! Даже если познания иностранца в русском языке далеки от совершенства, он может скопировать ваш текст в электронный словарь и прочитать его на своем родном языке.

Многим мешают их заблуждения относительно сети Интернет. Некоторые считают, что организовать доступ в Интернет сложно, хотя эти услуги сейчас доступны в любом районном центре. Для работы в Интернет существуют простые программы, которые входят в стандартный пакет для любого персонального компьютера.

Второе заблуждение, хотя и не вполне беспочвенное, — это страх быть вовлеченным в противозаконную деятельность, «цветные революции», стать жертвой манипулирования и пр. Дело в том, что подобные вещи угрожают лишь весьма необремененным пользователям, которые находятся в сети в поисках развлечений и способов

самоутвердиться. Если вы пришли в Интернет, чтобы работать, вас это никак не коснется, пока вы сами не дадите этому повода.

Многих останавливает опасность нанести вред своему персональному компьютеру или близким людям. Речь идет о компьютерных вирусах и моральной заразе — порнографии, насилии на сайтах. В случае с компьютерными вирусами достаточно лишь использовать современное антивирусное программное обеспечение. Более того, актуальность «знаний» антивируса, который установлен на вашем домашнем компьютере, напрямую зависит от наличия доступа в Интернет. Создатели вирусов не дремлют! Если долго не заходить в сеть, антивирусные базы вашей программы устареют, и она перестанет защищать ваш компьютер.

Что же до порнографии и насилия, которые могут обнаружить в Интернете ваши дети, в Интернете подобной информации не больше, чем на телевидении. Действуйте по тому же принципу: контролируйте действия своих детей, ведите разъяснительную работу.

Существует мнение, что Интернет годится лишь для развлечения, но заработать на жизнь с его помощью невозможно. Это неправда. Уже давно многие люди сделали работу в Интернете своей профессией. Именно благодаря их услугам владельцы агрокооперативов имеют возможность размещать свою рекламу в сети. Просто у этих людей свои экономические схемы, которые работают эффективно и, что важно, вполне законны.

Про цену услуг в Интернет мы уже говорили. Есть платные услуги, есть и бесплатные. Выбирать вам. Бесплатная реклама порой бывает ничуть не хуже платной, если вы сами как следует поработаете над ее составлением.

Когда человек приходит в Интернет и понемногу там осваивается, у него появляется еще одно заблуждение, весьма опасное: тебя в сети никто не видит, значит, можно писать все что угодно. Надо понимать, что Интернет в этом случае мало отличается от реальной жизни. Даже если вы выступаете под вымышленным именем, выяснить вашу личность все же можно. И составить об этой личности вполне определенное мнение. Это кажется непонятным, пока активная работа с помощью Интернет представляется далекой перспективой. Но когда вы начнете и втянетесь, то на всякий случай обязательно помните про это заблуждение.

Есть несколько простых инструментов, которые легко и удобно использовать.

Электронная почта — это пространство на почтовом сервере в Интернет, где храниться ваша корреспонденция: тексты, картинки и файлы, которые вам пришлют другие пользователи. Некото-

рые электронные ящики имеют довольно ограниченный объем, некоторые можно не чистить от почты несколько лет, и места все равно будет достаточно. Объем ящика будет указан на странице вашей электронной почты. Чтобы завести ящик, вам придется зарегистрироваться: придумать короткое имя (пишется латинскими буквами) и пароль, который может состоять из букв и/или цифр. Пароль не должен быть слишком коротким и слишком простым. Не забывайте свой пароль, не храните его в общедоступном месте!

Интернет-сайт — это место, где расположен данный конкретный ресурс или проект: газета, социальная сеть, личная страница. Большой сайт с различными функциями называется порталом.

Гипертекст является главным инструментом перемещения по сайту. Написание гиперссылок (или ссылок, как говорят для простоты) обычно отличается от остального текста интернет-страницы: оно другого цвета, подчеркнуто, на некоторых сайтах может менять свой вид при наведении на него курсора мыши. Нажав на такой текст всего один раз левой кнопкой мыши, вы попадаете на новую страницу, на которую ссылается гипертекст. Поэтому его иногда и называют ссылкой.

Провайдер — это та организация, которая обеспечивает доступ в Интернет. Между провайдером и пользователем заключается договор, по которому доступ в Интернет организуется провайдером на определенных условиях за определенную плату. Один из самых известных интернет-провайдеров в Республике Беларусь — это ByFly.

Кроме доступа во внешнюю сеть, можно организовать сеть между двумя обычными компьютерами. Это будет локальная сеть, по ней можно передавать файлы и просто просматривать содержимое другого компьютера. Из множества локальных сетей в свое время образовался Интернет.

Сервер — это не обычный компьютер. Если вы выключаете свой компьютер, когда уходите из дома или ложитесь спать, то сервер должен работать постоянно.

Браузер — это компьютерная программа, позволяющая просматривать сайты, вводить информацию и отсылать ее в Интернет. Вы подключаетесь к Интернет, открываете браузер и можете перейти на любую интересующую вас страницу, если введете ее адрес в соответствующую строку браузера.

Яркая, заметная картинка, зачастую подвижная, которая не имеет прямого отношения к содержанию интернет-страницы — это баннер. Он может размещаться на странице за деньги или безвозмездно. Это такая форма рекламы. Если баннеры вас раздражают, вы сможете их отключить с помощью специальной до-

полнительной программы. Но не надо забывать, что тем самым вы мешаете владельцу сайта работать! Ведь благодаря доходу от баннеров сайт существует, или же баннер ведет на социально значимые ресурсы, которые могут нуждаться в вашем внимании!

Поисковые системы придуманы для того, чтобы находить нужные интернет-сайты по ключевым словам. Вы заходите на сайт поисковика (самые крупные и мощные - google.by и yandex.ru), вводите ключевые слова в строку поиска, разделяя их пробелом (без запятых!), щелкаете один раз левой кнопкой мыши кнопку «Искать» на сайте или нажимаете кнопку Enter на своем компьютере. Поисковик выводит вам целый список ссылок на страницы, где встречаются ваши ключевые слова. Если какая-то страница из этого списка является вредоносной, поисковик может вас об этом предупредить.

Чтобы сайт (в том числе и сайт поисковой системы) работал постоянно, он нуждается в услугах хостинга. Иногда у хостинга и сайта один и тот же владелец, но чаще сайт создают одни люди, а место под этот сайт на сервере предоставляют другие. Образно говоря, хостинг — это такое общежитие для сайтов.

Социальные сети появились довольно давно, теперь они стремительно набирают обороты. Это интернет-сайты, предназначенные для установления контактов с другими пользователями сети. При этом пользователей, с которыми вы связаны, как правило называют вашими друзьями.

Сравнительно новой формой подачи информации является блог. Блог — это новостная лента. Основное содержимое такого сайта — регулярно добавляемые записи. Фактически это дневник, который ведется в сети Интернет и доступен для чтения всем желающим. Для блогов характерны недлинные записи, отсортированные в хронологическом порядке. Блоги обычно дают возможность читателю обсуждать прочитанное с автором.

Чтобы не потеряться во всем том море информации, которое предоставляет нам Интернет, владельцу агроэкоусадьбы желательно сразу обращаться на конкретные ресурсы (по закону они должны быть только белорусскими), которые занимаются размещением информации для потенциальных туристов и отдыхающих. Используйте для этого контактную форму на сайте (заполните пустые поля) или же напишите электронное письмо на адрес администратора. Если надо, вам сообщат условия, на которых вы подаете сведения о своей усадьбе, требования, которым должны отвечать текст и фотографии усадьбы, а также то, какие дополнительные сведения приветствуются (например, координаты вашей усадьбы на географической карте, наличие определенных удобств и т.п.)

После того, как вы составите текст, отберете и отформатируете фотографии, ваши материалы пройдут проверку. Приготовьтесь, что общение с администратором сайта придется повторить. Обязательно проверяйте опубликованную информацию на сайте. Если это необходимо, сообщите администратору сайта об ошибке.

Кроме того, вы можете заняться созданием собственного сайта. Это не сложно, хотя за размещение сайта хостинг-провайдер потребует определенную плату. В отличие от каталога или портала, на своем личном сайте вы сможете разместить любое количество фотографий, дать информацию в любом порядке и в любой форме, оформить свою интернет-страницу так, как этого хочется только вам. После того, как сайт создан, прошел отладку и был запущен, вы можете указывать его адрес на визитной карточке, в подписи к электронным письмам, а также на рекламных страницах тех порталов и каталогов, куда вы подавали информацию о себе. Зайдя на ваш сайт, пользователи узнают о ваших услугах гораздо больше. Кроме того, у них создается положительное впечатление о ваших деловых качествах: ведь вы используете передовые технологии самостоятельно!

В заключение хочется дать пару советов:

1. Однажды начав пользоваться сетью Интернет — не пропадайте! Регулярно проверяйте почту, заходите на сайты, где размещена информация о ваших услугах. Читайте новости, перенимайте чужой опыт. Интернет так задуман, чтобы человек в нем постоянно был на связи. Это займет у вас не так много времени, как кажется на первый взгляд.

2. Постарайтесь полюбить Интернет. Вы можете не стать асом, но вы обязательно встретите людей со сходными интересами, научитесь свободно идти на контакт, чувствовать новые веяния в информационных технологиях. Это поможет вам лучше выполнять свою работу, ведь у вас будет больше информации! Вы будете благодарны тем, кто вам помог, даже если никогда не видели этих людей. Помните, что за любой полезной и интересной информацией стоят живые люди, которые ее создают или размещают.

3. Не останавливайтесь на достигнутом! Начните с простого: с написания текстов, обработки фотографий, консультаций со специалистами по вычислительной технике. Самостоятельно или с помощью специалиста установите необходимое вам программное обеспечение. Потом начинайте активнее использовать Интернет. Заведите электронную почту, ищите и просматривайте важные для вас сайты. Потом сами начинайте делиться своим собственным опытом. Тогда другие пользователи, а главным образом ваши клиенты, вас найдут и полюбят.

Туристический комплекс (кластер) — возможности повышения эффекта от агроэкотуризма для развития сельских территорий

(Информация подготовлена с использованием материалов сети Интернет)

Кластер — это новое модное слово, которое пришло к нам из английского языка. В этом языке слово Cluster изначально обозначает куст или гроздь. Но современная трактовка его уже меняется — в первую очередь, это группа, команда людей или организаций, в партнерстве работающих на реализацию общей цели. При этом наблюдается синергетический эффект.

Цель создания туристского кластера – повысить конкурентоспособность территории на рынке услуг туристам за счет синергетического эффекта, получающегося в результате повышения эффективности работы всех партнерских структур, входящих в кластер, стимулирования внедрения всего нового, в том числе и развития новых направлений деятельности.

Особенности кластеров по сравнению с другими формами организации совместной деятельности нескольких партнеров заключаются в следующем:

- широкий состав участников;
- кластер может быть разного размера (от территории одного населенного пункта до уровня страны);
- наличие синергетического эффекта;
- партнеры по кластеру имеют разные функции и могут их менять в зависимости от сложившихся условий;
- конкурирующие участники идут на сотрудничество в целях реализации потенциала территории и ее преимуществ перед другими территориями.

Синергетический эффект — это эффект взаимодействия двух или более факторов, характеризующийся тем, что результат такого взаимодействия существенно превосходит эффект от простого суммирования эффектов от каждого отдельного компонента. Пример синергетического эффекта можно выразить так: $2 + 2 = 5$

Туристический кластер – это совокупность организаций и физических лиц, взаимодействующих в развитии туристического продукта в определенных географических границах. Основной целью туристического кластера является формирование и функционирование конкурентоспособного комплекса услуг туристам или экскурсантам для удовлетворения их потребностей.

Центральным понятием туристического кластера являются туристические ресурсы. В Законе Республики Беларусь «О туризме» дается следующая трактовка туристских ресурсов: «Туристические ресурсы — природные, социально-культурные объекты, в том числе недвижимые материальные историко-культурные ценности, удовлетворяющие духовные потребности туристов, экскурсантов и (или) содействующие укреплению и восстановлению их здоровья».

Именно им (туристическим ресурсам) принадлежит решающая роль в развитии туризма на территории, потому что они в наибольшей степени являются основным мотивом и причиной участия людей в туристских поездках, они заставляют туристов делать свой выбор в пользу той или иной территории. Они также являются основой для формирования туристического продукта и, соответственно, планирования, и развития туризма на территории.

Исходя из этого, для развития территории посредством конкурентоспособного оказания услуг агроэкотуристам, необходимо, в первую очередь, провести паспортизацию (создание «банка данных») туристических ресурсов территории — мест и объектов, интересных для туристов. Во многих районах Могилевской области бытует мнение, что ничего интересного для туристов здесь просто не осталось, и, следовательно, территория бедна туристическими ресурсами. Однако, как показывает опыт, в ряде случаев такое мнение связано лишь с тем, что природный потенциал Могилевской области слабо исследован.

В некоторых случаях здесь и туристические ресурсы есть. Однако они настолько слабо представлены в информационных материалах, в сети Интернет, что потенциальные туристы либо их не замечают, либо такие ресурсы не являются для туристов достаточно привлекательными.

И в некоторых случаях возникают ситуации, когда местное население не видит значимости близлежащих объектов, не понимает их полезности для привлечения туристов. Это часто связано с тем, что такие объекты постоянно находятся рядом, и местные жители

просто к ним привыкли. В таком случае, только «свежий глаз» может помочь таким объектам стать туристическим ресурсом, привлекающим туристов на территорию.

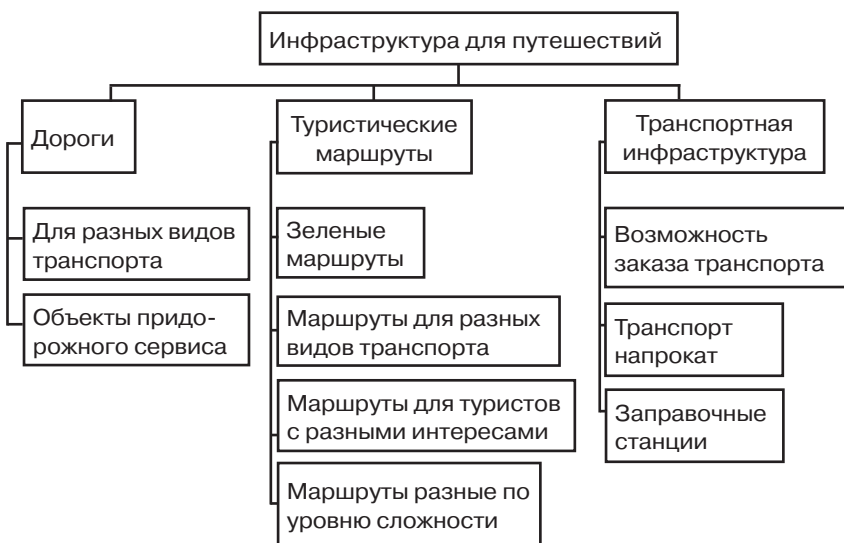
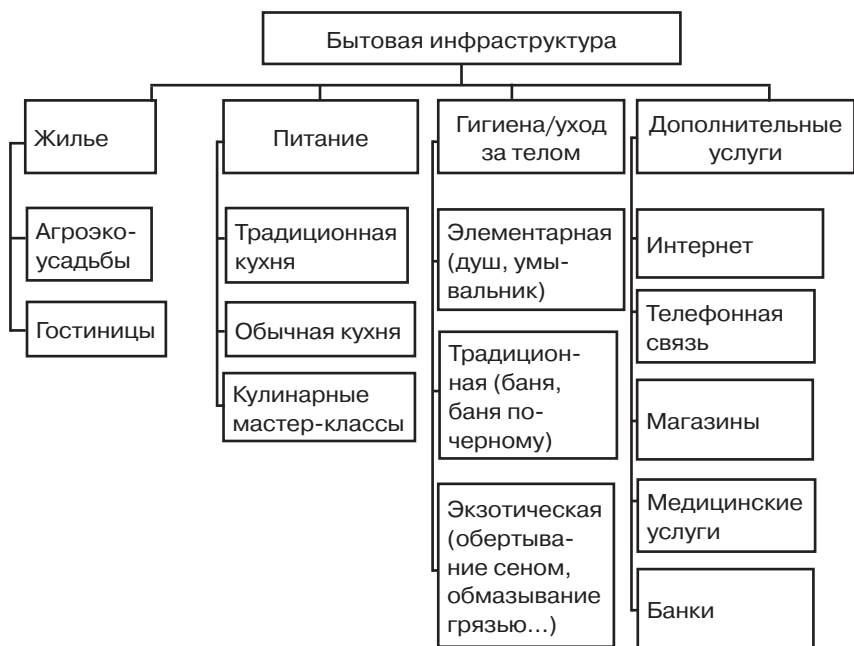
Для того, чтобы решить эту проблему, необходима работа местных жителей и привлеченных экспертов над созданием бан-

Интерпретация (англ. interpretation) — это демонстрация особенностей и специфики туристического объекта таким образом, чтобы турист получил о нем более глубокое представление и впечатление, чем при обычном созерцании объекта или чтении о нем информации из путеводителя.



ка данных о туристических ресурсах территории, над «проявлением» таких объектов, над повышением их известности среди туристов, над разработкой элементов интерпретации этих ресурсов.

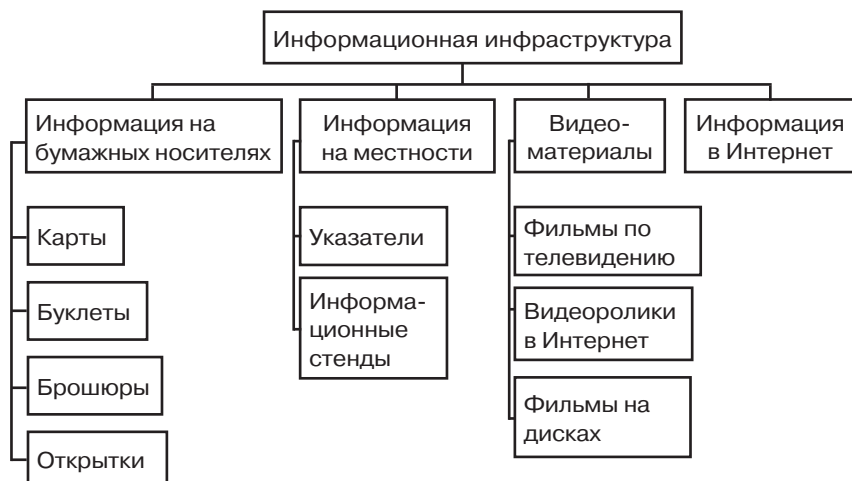
Второй важной составляющей туристического кластера являются субъекты туристической деятельности. К ним относятся — туроператоры, турагенты, владельцы агроэкоуслуг... Главными



задачами их деятельности является создание привлекательных туристских продуктов, соответствующих потребностям туристов, и поддержание стандарта обслуживания.

Попав на территорию, кроме «потребления» турпродукта, туристы потребляют и разные другие услуги – общие, специфические туристские и сопутствующие. Но, прежде всего, он нуждается в услугах по поддержанию своей жизнедеятельности — жилье, питании, транспорте, досуге. Именно поэтому основными из элементов кластера являются те субъекты, которые позволяют туристам получить именно эти услуги. При этом качество предоставляемых услуг должно отвечать требованиям именно той группы туристов, которая является главной целевой группой на данной территории. Так, например, для территории, где развит экологический туризм, будет особенно ценно наличие агроэкоусадеб, в которых быт туристов организован с использованием наиболее экологичных технологий, а питание — с использованием исключительно натуральных продуктов.

Также в качестве партнеров в кластере важно и наличие поддерживающих (обслуживающих) туризм отраслей. Они оказывают туристам сопутствующие (дополнительные) услуги. К ним относятся финансовые и медицинские услуги, местная розничная торговля, включая продажу сувениров и туристского снаряжения, инженерная (бытовая) инфраструктура, обеспечение безо-



пасности... Организации, обеспечивающие эти направления, существуют и функционируют вне зависимости от туризма, но их вовлечение в состав кластера создаст более привлекательные условия для развития территории и оказания более качественных услуг туристам. При этом такое сотрудничество позволит получить дополнительный доход от туризма и государственным организациям, а следовательно, повысит заинтересованность органов власти в развитии туризма на территории.

Эффективная работа всех элементов туристского кластера помогает не только образовать новую сферу занятости населения, стимулировать вовлечение в оборот дополнительных капиталов, но и пополнить бюджеты территорий. Кроме того, функционирование кластера позволит сохранить культурно-исторические памятники, природные парки и заповедники, оздоровить экологическую обстановку, развить сферу услуг, совершенствовать инфраструктуру территорий, так как именно эти факторы при развитии агроэкотуризма позволяют «держаться на плаву» в значительной степени экономике и социальной сфере сельского региона.

Важно и то, что создание качественных, эффективно действующих кластеров в белорусской глубинке будет способствовать переключению интереса туристов с зарубежных поездок на внутренний туризм, а также повышению роли въездного туризма в развитии сельских территорий.

При формировании туристического кластера особое внимание необходимо уделять взаимосвязям между его элементами. Например, это может быть выражено во взаимосвязи «объект, привлекающий туристов, — информационная инфраструктура — проводник, дающий интерпретацию, — транспорт — места размещения — традиционная кухня». Часто такими нитями, связывающими элементы кластера, служат зеленые туристические маршруты, которые позволяют вовлечь туриста в активное передвижение от одного объекта до другого, переходя из сферы интересов одного партнера туристического кластера к другому.

Зеленые маршруты (Greenways) — дороги для устойчивого туризма

(Информация подготовлена с использованием материалов сети Интернет)

В последнее время из различных источников средств массовой информации мы часто слышим такие понятия как устойчивый туризм, экологический туризм, зеленые маршруты, экомuzeи. Порой, простому человеку трудно понять значение и назначение всего этого. Попробуем разобраться вместе...

Устойчивый туризм призывает к созданию качественного туристического продукта без грубого вмешательства в естественную природную и культурную среду, а наоборот, с усилением укрепления и поддержки ее. Цель устойчивого туризма — создание комплекса ценностей для потенциального туриста, основанных на слиянии экономического, экологического, социального и культурного компонентов. Такой подход используется в идее greenways, реализуемой Европейской Ассоциацией Зеленых Маршрутов, объединяющей 35 стран участников, в том числе Польшу и Беларусь.

Зеленые маршруты, по-английски greenways, — это не просто туристические маршруты или дороги, связывающие между собой определенные пункты назначения. Greenways — это экотуристические трассы природного и культурного наследия, которые проходят вдоль рек, традиционных, исторических торговых путей, естественных природных коридоров. Такие маршруты объединяют регионы, туристические достопримечательности и местные инициативы, поддерживают развитие «устойчивого туризма» и отдыха, благоприятного для окружающей среды, пропагандируя здоровый образ жизни и безмоторные формы передвижения: велосипедами, пешком, верхом на лошадях, на байдарках и плотах. Одновременно создают возможности для улучшения уровня жизни и состояния окружающей среды, оживления местной экономики и развития предпринимательства среди сельских жителей, а также сохранения уникальных природных и культурных ценностей.

Функции зеленых маршрутов.

По определению и концепции зеленых маршрутов, «Greenways» выполняют четыре основные функции:

1. Немоторизированный транспорт и безопасность.

Зеленые маршруты пропагандируют немоторизированные формы передвижения и общественный транспорт, предлагают такие виды туризма, как пеший, велосипедный, конный, водный и т.д. Зеленые маршруты призывают к повышению безопасности на дорогах и развитию движения «без двигателей» в городах и деревнях для удовлетворения потребностей разных групп населения, в том числе людей с ограниченными физическими возможностями, старшего возраста и детей.

2. Пропаганда здорового образа жизни.

Зеленые маршруты служат способом пропаганды здорового образа жизни и повышения качества жизни местных жителей и посетителей, рекламируют активные виды туризма, отдых, восстановление сил и занятие любимыми видами спорта на свежем воздухе и на лоне природы.

3. Развитие экотуризма и охрана природного и культурного наследия.

Зеленые маршруты являются основой для практического развития разных видов туризма, благоприятного для окружающей среды, и в том числе для создания и продвижения экотуристического продукта. Все турпродукты на зеленых маршрутах *greenways* объединяет одно условие – использование потенциала и поддержка местных сообществ. Такие турпродукты создаются на основе местных ресурсов. Это туры, предложения региональной кухни, продукция местного производства и точки ее распространения, а также общественные инициативы. Благодаря зеленым маршрутам, локальные инициативы «снизу», направленные на охрану природы, ландшафта и наследия, вырастают в региональные.

4. Поддержка развития местной экономики и рост предпринимательства.

Зеленые маршруты вносят вклад в развитие местной экономики и рост предпринимательства в местных сообществах. Создание зеленых маршрутов инициирует развитие гостиничной базы, гастрономических услуг, деятельности экскурсоводов... На маршрутах открываются точки продажи продукции местного производства, центры туристической информации, пункты проката спортивного и туристического оборудования и т.д.

Экомузеи и зеленые маршруты.

При зеленых маршрутах получили развитие экомузеи – инициативы, направленные на охрану и экспозицию уникальных достопримечательностей местного наследия, активизацию и вовлечение в это членов местных сообществ, улучшение качества жизни

сельских жителей в духе устойчивого развития. Экомузеи часто служат наполнением региональных, национальных или международных зеленых маршрутов.

Что такое экомузей?

Экомузей – это сеть расположенных на территории района объектов, которые представляют собой «живую» коллекцию, демонстрирующую природные и культурные богатства региона и служащую источником дополнительного дохода для местных жителей. Характерные черты региона представляются в виде соединения природных особенностей и деятельности людей, прошлой и настоящей. Экомузей показывает аутентичность места путем презентации природно-культурных ресурсов и деятельности его жителей, объединяя это с продвижением, познанием и развитием региона, создавая при этом возможность интеграции людей и инициатив.

Экомузей – это предприятие, создаваемое местными жителями, основанное на народной мудрости и органичном знании региона, почерпнутом из местной истории и традиций, представленное живым и интересным образом, в соответствии с требованиями охраны наследия и экономическими потребностями местных жителей.

Термин «экомузей» впервые был введен во Франции Хуго де Варине (Hugues de Varine) в 1971г.

Критерии экомузеев.

1. Экомузеи основываются на местном природном и культурном наследии, а также являются способом его сохранения и культивирования. Экомузеи — это один из способов знакомства туристов с наследием территории.
2. Экомузеи базируются на аутентичных элементах наследия, для его переработки и оживления.
3. Экомузеи создаются и управляются «снизу» (например, местной/региональной организацией или учреждением).
4. Экомузеи пропагандируют технологии и транспортные средства, благоприятные для окружающей среды.
5. Экомузеи интегрируют все ключевые элементы: информационный центр с документацией, места и объекты, расположенные на территории региона, «живые» мастер-классы и показы, сеть маршрутов и троп, события на маршруте – в объединенный турпродукт.
6. Экомузеи помогают появлению и укреплению национального самосознания и активизации местных сообществ.

7. Экомuzeи создаются и развиваются на партнерской основе местного уровня.

Основные элементы экомuzeя.

1. Информационный центр, ответственный за координацию, развитие, продвижение, создание турпродукта, а также проведение научно-исследовательской, издательской, документальной и информационной деятельности.
2. Список достопримечательностей (экспонатов), расположенных на территории, или коллекция объектов и мест, которые говорят о характере и уникальности региона, т.е. составляют сущность экомuzeя. К этой группе относятся, в том числе, костелы, замки, помещицьи усадьбы, часовни, характерные застройки, ареалы расположения местных видов флоры и фауны, места для обзора, геологические особенности и т.д., в зависимости от того, чем может похвастаться данный регион.
3. Мастер-классы и демонстрационные показы, составляющие „живую» презентацию наследия, во время которых народные умельцы и ремесленники демонстрируют творческий и производственный процесс.
4. Сеть обозначенных маршрутов и троп, обеспечивающих удобную связь между объектами. Экомuzeи пропагандируют немоторизированные средства передвижения, в связи с чем приоритет оказывается пешим тропам, велосипедным дорожкам, конным и водным маршрутам, и т.д.
5. Циклические и разовые праздники, организовываемые для повышения привлекательности и привлечения внимания к предложению экомuzeя, а также с целью ознакомления посетителей с местными обычаями и традициями.

Подробнее узнать о зеленых маршрутах и экомuzeях Беларуси можно на следующих сайтах:

<http://www.greenways.by>

<http://belarus.tio.by/estates/greenways>

<http://dokudovo.narod.ru/greennemanway.html>

http://chausy.mogilev-region.by/ru/social/turizm_i_otdyh

Сеть зеленых маршрутов «Дорогами Радимичей»: первые шаги формирования агроэкотуристического кластера на территории Чаусского района

Андрей Пахоменко, Елена Пахоменко

На востоке Беларуси в междуречье Прони и Баси лежит Чаусская земля, богатая своей историей, живописной природой, гостеприимными людьми. Эта земля привлекала своих первых поселенцев еще в древние времена. О некоторых деревнях района упоминается в легендах, которые рассказывают о событиях трехтысячелетней давности.



Здесь земля, травы, воздух — все пахнет историей.

Здесь каждый археологический памятник говорит о нашей истории и культуре. Взгляд туриста радуют холмистые пейзажи, превращающие любое путешествие в своеобразное приключение. У подножья холмов по берегам рек и ручьев бьют родники, за которыми испокон веков бережно ухаживают многие поколения местных жителей.

Здесь нет крупных озер, таких как на Витебщине. Но те живописные озерца, которые разбросаны в наших дремучих лесах, — это окна волшебного мира, таинственные и манящие к себе, окутанные легендами и преданиями.

Здесь не так много болот, как на Гомельщине, но многие из них не тронуты рукой мелиораторов и таят на своих непроходимых просторах рубиновые россыпи клюквы, бесчисленные купинки целебных трав, запасы торфа в кладовых солнца.

Здесь настоящее царство малых рек и ручьев. Многие из них и до сих пор сохранили своё естественное извилистое русло. Небольшие реки создают вокруг себя живописные пейзажи. Они умеют прятаться среди корней деревьев в дремучих лесах, петлять в низких берегах меж заливных лугов, прорезать своими спокойными, но своенравными водами, песчаные холмы, образуя слоистые, сверкающие на солнце кручи.

Именно здесь, в бассейне реки Сож и по берегам ее притоков, берет свое начало сеть зеленых туристических маршрутов «Дорогами Радимичей». Здесь в давние времена жило племя славян — радимичи. Это было одно из восточно-славянских племен, люди которого пришли сюда из западных земель вместе с легендарным Радимом.

На Чаусской земле находился когда-то крупный город Радомль, а сейчас просто агрогородок Радомля. Это древний центр племени радимичей, их столица IX - XI веков. Чуть позже Радомль превратился в могучий феодальный замок, который с XII века входил в состав Мстиславского удельного княжества. Покои Радомльского замка знали великого князя Великого Княжества Литовского Жигимонта III Старого, князей Михаила Заславского и его сына Федора.

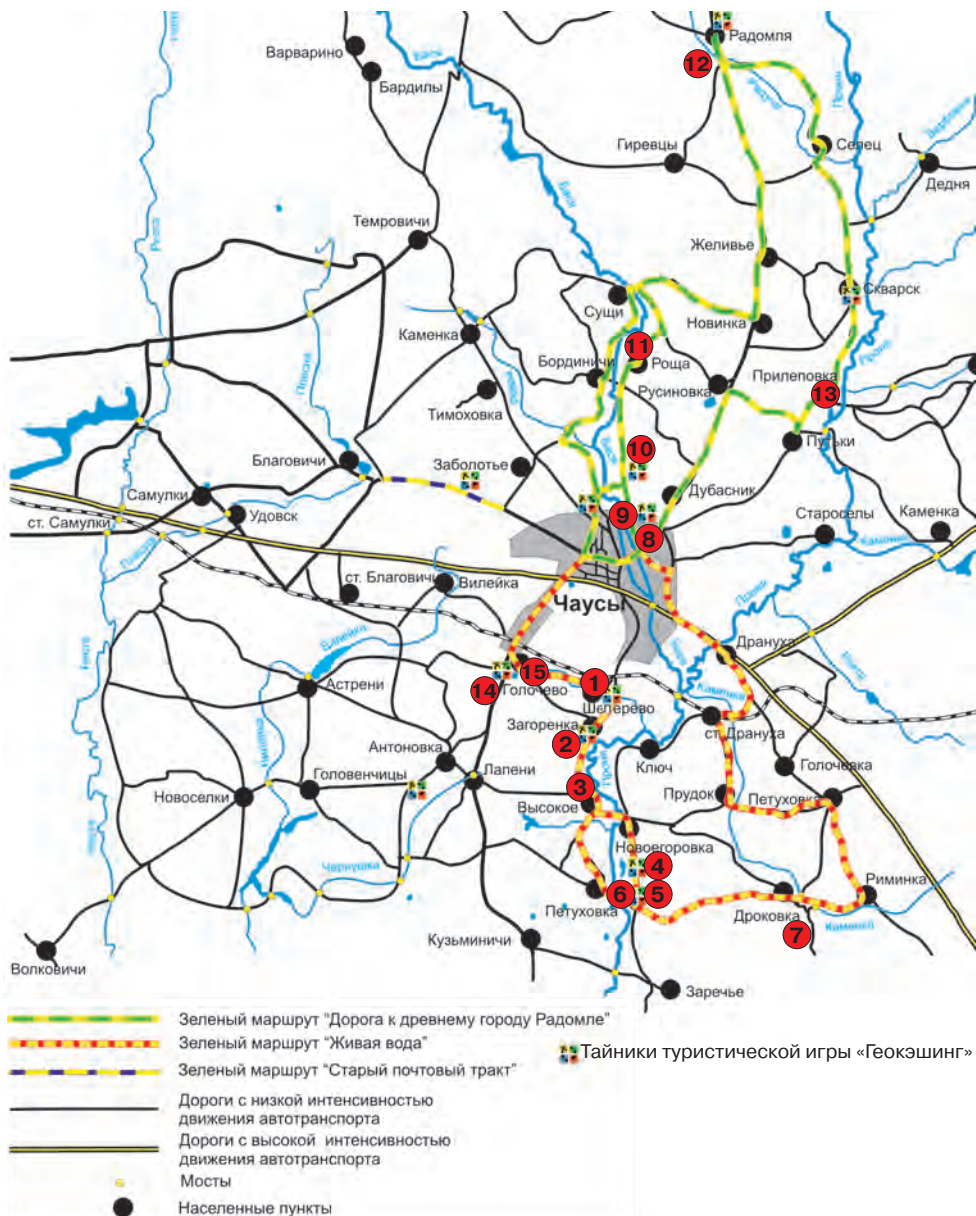
Сейчас сеть зеленых маршрутов соединяет деревни Чаусского района, а со временем разрастется и будет вести ещё дальше...

В сеть объединены три маршрута: «Дорога к древнему городу Радомле», «Живая вода», «Старый почтовый тракт». Маршруты разработаны для велосипедных прогулок или пеших походов. Путешествуя по ним, можно познакомиться с историческими и природными достопримечательностями.

Велосипеды в Чаусском районе — это не проблема. Туристы могут приехать на своих велосипедах, если расстояние невелико. Можно привезти их сюда, используя личный или железнодорожный

Наиболее интересные объекты сети зеленых маршрутов

- 1** — Криница в д. Шеперево;
- 2** — Криница в д. Загоренка;
- 3** — Криница в д. Высокое, пережат Шум на р. Проня;
- 4** — Место обитания муравьиного льва;
- 5** — Родники Байково;
- 6** — Подвесной мост;
- 7** — Кипящая криница;
- 8** — Криница в д.Заречье;
- 9** — Сад камней;
- 10** — Дно древнего моря;
- 11** — Можжевельный лес;
- 12** — Остатки древнего города Радомля;
- 13** — Агроэкоусадьба «Дача у Прони»;
- 14** — Экомuseum «От стилуса до пера»;
- 15** — Усадьба Кондратенковой.



транспорт (в Беларуси разрешена перевозка велосипедов железнодорожным транспортом). Ну и, кроме того, в городе Чаусы организован прокат велосипедов в Чаусском Центре туризма, краеведения и экскурсий. Причем условия аренды велосипедов здесь одни из самых удобных в Беларуси.

Двигаться по каждому из трех маршрутов можно самостоятельно или в сопровождении проводника. Путеводитель по маршрутам можно получить в Информационном центре по устойчивому развитию и экотуризму.

Маршруты проходят по проселочным дорогам вдоль рек Проня, Бася, Вилия, Реста, Каменка. Все дороги большую часть года проходимы для велосипеда, хотя иногда встречаются неожиданные препятствия в виде небольших ручьев, бесцеремонно пересекающих дорогу, подвесных пешеходных мостов, участков дороги с глубоким, мелким, сыпучим песком.

Маршруты имеют свою маркировку, поэтому заблудиться, путешествуя по маршруту, практически невозможно — на глаза путнику часто попадаются указатели и стрелки. Каждый маршрут помечен стрелками своего цвета. Кроме стрелок, встречаются информационные щиты, снабженные картой-схемой сети зеленых маршрутов.

Маршрут, проходящий по северной части Чаусского района, называется **«Дорога к древнему городу Радомле»**.

Чтобы попасть на этот маршрут, нужно выехать из города Чаусы в северном направлении. При этом дорога выйдет прямо к урочищу Елово. Это холмы, возвышающиеся над рекой Басей. Отсюда открывается захватыва-



ющий вид на пойму реки, петляющей среди лугов, кустарников и островков леса. Здесь, на окраине Чаус, сохранились остатки усадьбы графов Толстых. Этот известный род появился здесь в конце 18-го века, когда Могилевский губернатор Дмитрий Александрович Толстой получил во владение эти земли от Российской императрицы Екатерины. Здесь он построил одну из своих резиденций. От величественной когда-то усадьбы сохранилось немного — несколько десятков старых лип и живописные развалины кирпичного амбара. Как и многое здесь, это строение также хранит свою тайну. По рассказам местных жителей, здесь обитает призрак последнего защитника графского наследия, и поэтому ночью сюда заходить не рекомендуют.



Путешествуя дальше по зеленому маршруту, можно встретить дикие орхидеи, которых в мае - июне здесь видимо-невидимо. Они просто светятся той неброской, спокойной красотой, которая свойственна только нашим красавицам. Здесь встречаются Любка двулистная и несколько видов пальчатокоренников.



Любка — это особенное растение. Ее второе название — ночная фиалка. Так эту удивительную орхидею наших лесов называли из-за душистых цветков, которые испускают свой аромат



только ночью. Одного цветущего растения достаточно, чтобы под вечер или после теплого летнего дождика благоухала вся лесная полянка. В старину знахари использовали клубни любки для приготовления приворотных зелий. Многие девушки носили амулеты с порошком клубней этого растения для того, чтобы быть любимой.

Пальчатокоренник — орхидея, целебные свойства которой знали люди еще в древние

времена. Это растение помогало при заболеваниях желудка и могло поддерживать жизнь больного в критических ситуациях. Некоторые местные жители еще помнят ее секреты.

Следующая интересная точка на маршруте — это экомузей «Дно древнего моря». Здесь в заброшенном меловом карьере можно окунуться в доисторические времена. Прямо под ногами среди песка и камешков можно найти белемниты. Это особенные камни, похожие на пулю, — остатки животных, которые обитали здесь еще в те времена, когда вся территория была покрыта доисторическим морем. Они были похожи на современных кальмаров. Миллионы лет назад здесь водилось много живности, начиная от одноклеточных растений и животных, которые стали основой для мела, и до огромных хищных иктиозавров, которые были грозой здешних мест. Но от всего этого разнообразия доисторической жизни, как напоминание, остались лишь немногие окаменелости.

Сейчас такие камни, пролежавшие в земле миллионы лет, в народе называют «громовицы», «чертовы пальцы» или «перуновы стрелы». С чертовыми пальцами у многих народов связаны легенды и предания. По одним преданиям, эти пулеобразные камни являются



когтями чертей, которые они обломали о каменистую почву, убегая от Бога. По другим, — это окаменевшие стрелы, которыми Бог-громовержец поражал всякую нечисть, расплотившуюся в давние времена на земле.

В народной медицине их используют как мощное кровоостанавливающее средство и ранозаживляющие присыпки. А иногда используют порошок из перуновых стрел как средство, восстанавливающее силы после тяжелых болезней.

Известно, что в некоторых культурах из перуновых стрел и до сих пор



A wide panoramic photograph of a lush green landscape. In the foreground, there are rolling grassy hills with several trees, including a prominent one on the left and another on the right. The middle ground shows more hills and a line of trees. In the background, a distant town or village is visible under a heavy, overcast sky. The overall scene is a typical rural landscape.

По мнению ученых-археологов, деревня Радомля Чаусского района когда-то была одним из крупных городов радимичей. Размер его, судя по старинным картам, был сопоставим с размером Могилева, который теперь стал областным центром. Здесь, в Радомле, еще можно увидеть древнее городище и замковую гору. Стоя у подножия ее, ощущаешь былые масштабы замка. По рассказам местных жителей, подземный ход, который якобы и сейчас существует, когда-то во время многочисленных осад неприятелей, мог увести жителей замка за много километров отсюда.



Рассказывать о Радомле можно много, но лучше лично познакомиться с интересными объектами, с ее историей. А в этом поможет проводник, как правило, кто-то из местных жителей. Часто услуги проводника оказывают учителя местной школы. Свою территорию они знают хорошо и могут рассказать о ней захватывающие истории.

77

пчел. Хозяина экомузея зовут Виктор Иванович Панасюк. Это человек, который может многое показать и рассказать о своих крылатых помощницах. Он научит туристов отличить мирного трутня от защищающей свой улей рабочей пчелы, покажет матку — царицу пчелиной семьи. Здесь же можно заглянуть в жизнь пчелиной семьи через стеклянную стенку специального улья. Ну и, конечно, прямо здесь, на пасеке, туристы имеют возможность попробовать ароматного меда с чаем из трав.



Далее, набравшись сил, путешественник может возвращаться в Чаусы, посетив по пути интересный родник. Он находится на окраине города Чаусы, а точнее в его пригороде — деревне Заречье. Этот источник пользуется популярностью у местных жителей. Всем миром они сделали дубовый сруб, возвели небольшой купол с крестом. И до сих пор к нему идут за водой и стар, и млад.

Ну а те туристы, которым не хочется ночевать в городе, те, кто любит сельский колорит, могут отправляться в деревню Прилеповка. Здесь, на берегу реки Проня, в интересном месте расположилась агрокоусадьба «Дача у Прони». Это обычный сельский дом, где можно отдохнуть, выспаться, пообщаться с гостеприимной хозяйкой Людмилой Александровной Ялтуховской.



В усадьбе есть баня, беседка для общения на природе. Для любителей натуральной пищи рядом с домом есть огород, ягоды, овощи и фрукты с которого попадают прямиком на стол гостям. Ну и главной изюминкой является река Проня, открывающая простор для рыбалки и катания на лодке.

Южный маршрут имеет название **«Живая вода»**. Начинается он с железнодорожного вокзала города Чаусы. Отправной точкой можно считать живописную водонапорную башню, которая с 1949 года придает чаусскому железнодорожному вокзалу особый колорит и ярко выделяется среди всех окружающих строений.

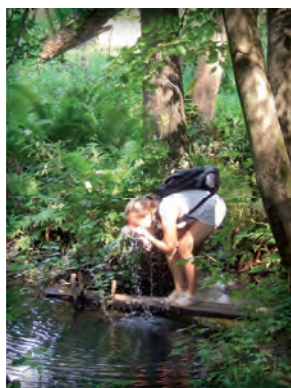
Для начала путешествия за живой водой нужно отправиться в сторону деревни Голочево, где туриста встречает первая интересная точка на маршруте — это экомузей «От стилуса до пера». Экомузей расположен в сельской библиотеке. Он посвящен предметам письма. Хранитель музея — Клавдия Ивановна Кондратенкова покажет приспособления, которыми писали в разные времена. Здесь и глиняные таблички, и восковые дощечки-церы, и стилус, и перо, и калям, и даже настоящий аловак, сделанный из олова. Здесь же можно познакомиться с коллекцией чернильниц. Путешественник сможет принять участие в процессе изготовления чернил по старинным рецептам из ржавых гвоздей и других натуральных ингредиентов. Здесь можно научиться очинять гусиное перо, попробовать освоить элементы каллиграфии, написать и отправить экзотическое послание любимым и родным.

Кто-то из туристов может написать свое стихотворение, как в старые времена известные поэты...

Следующий интересный объект на маршруте это Данилкова криница. Она расположена в деревне Шеперево всего в нескольких километрах от экомузея «От стилуса до пера». Дорогу к ней может показать все та же Клавдия Ивановна. Она же — хозяйка агроэкоусадыбы, расположенной по пути, и поэтому может предложить туристам целый спектр услуг от проведения экскурсии по окружающим местам, до вкусной деревенской еды.



Деревня Шеперево, где находится Данилкова криница, вытянулась одной улицей вдоль небольшого ручья. По берегам его великое множество родников с чистой и прозрачной водой. Раньше, когда деревня была большой и многолюдной, почти за каждым домом была своя криничка. Местные жители ухаживали за родниками, чистили их. Ну а сейчас деревня почти опустела. Но из всей округи люди собираются на Данилкову криницу за живой водой.



Удивительно прозрачна вода в этой кринице. Если аккуратно открыть крышку и посмотреть в родник, то видно только бурунчики песка, шевелящиеся на песчаном дне родника. Кажется, что родник пуст. Воду в нем можно увидеть не сразу, а только присмотревшись. Она переливается через специальную трубу и течет в ручей, журчащий неподалеку.

Далее по маршруту туристов ждет встреча с родниками в деревнях Загоренка и Высокое. Это родники, расположенные на берегу Прони. Здесь река сильно петляет, создавая живописный пейзаж. Обе деревни расположены на двух соседних холмах. Поэтому, чтобы проехать этот отрезок пути на велосипеде, нужно сначала с ветерком спуститься по петляющей дороге с одного холма, а потом поднапрячь мышцы, чтобы взобраться на противоположный.

После общения с этими родниками, дегустации ключевой воды под глухой рокот переката Шум, дорога туристов лежит к Родникам



Байково. По пути стоит задержаться еще в одном экомузее. Он находится на опушке леса, прямо под открытым небом. Называется он «Царство муравьиного льва» и посвящен он именно этому особенному существу.

Встретившись с ним на лесной тропинке, одни могут принять это существо за плоского, головастого, в бородавках и шипах хищного паука, другие — за агрессивного, с внушительными челюстями клеща. Но это не паук и не клещ, а прожорливая хищная личинка муравьиного льва.

Взрослое насекомое выглядит как ленивая стрекоза. Оно и понятно, во взрослом состоянии эти существа вполне безобидны. А вот в «младенчестве» муравьиные львы очень агрессивны. Они строят хитроумные ловушки и питаются в основном муравьями и другими насекомыми.

Приехав в экомузей, прямо на обочине песчаной дороги можно обнаружить ловчие ямы молодых муравьиных львов. Они выглядят как неглубокие воронки, которых может быть до нескольких десятков на одном квадратном метре песчаной поверхности. Здесь, зарывшись в песок, и прячется охотник. Если по краям воронки ползет муравей или другое мелкое насекомое, песчинки оседают под ним, и жертва начинает сползать вниз. Сидящий в засаде муравьиный лев осыпает жертву градом песчинок, сбивая ее на самое дно ловушки. Свалившись в ловушку, муравей пытается выбраться из нее,



всползает по стенке вверх, осыпает песок и сваливается вниз, где его и поджидают стальные челюсти хозяина ловушки. А уже через некоторое время, оставшуюся несъеденной шкурку жертвы, муравьиный лев, подкинув головой, как мусор, выбрасывает за края воронки.



Следующий объект — Родники Байково — во всем маршруте имеет самое большое значение — это место силы, которое издавна привлекает сюда людей. Причем приезжают не только жители окрестностей, но и жители других районов. Находится это особенное место около деревни Петуховка, что в Антоновском сельском совете.

Здесь все понятно без проводника — особое место. Когда в окрестных лесах шумит ветер, здесь затишье. Когда везде звенят комары и слепни, здесь можно найти спасение. Даже когда буря вывалила десятки гектаров ближайшего соснового бора, здесь не упало ни одно дерево.

Около двадцати родников бьют здесь из-под земли. Их воды собираются в ручей и текут в Проню. Вода из этих родников считается целебной. Особенно ценят воду из ручья, воду из многих родников, которая, смешавшись, приобрела особую силу.

Каждый год на праздник Святой Троицы сюда съезжается народ. Здесь проходит обряд Зеленые святки, уходящий корнями в дохристианские верования, ну и, конечно, здесь же проводится освящение воды и криниц православным священником.

Для тех туристов, кто не любит шумных мест, а жаждет общения с природой, можно порекомендовать приезжать сюда в другие дни и наслаждаться тишиной и уединением.

После посещения Родников Байково путь туристов лежит назад в Чаусы.



Третий маршрут сети зеленых маршрутов «Дорогами радимичей» называется «Старый почтовый тракт».

В давние времена современной дороги Чаусы-Могилев не было. Ее функцию выполнял почтовый тракт, который проходил через деревни Горбовичи, Самулки, Благовичи, город Чаусы и его пригород Заречье, а далее шел в сторону современного Черикова. Дорога была проложена по насыпи, проходящей через рукотворную березовую рощу. Покрытие у дороги было традиционным для тех времен. Она была вымощена булыжником. Такое покрытие до наших дней сохранилось только на участке от Благович



почти до самого города Чаусы. Это участок длиной около пяти километров, кое-где прерывающийся лужами и ухабами. Путешествие по таким дорогам сейчас — это большая редкость.

Если не спеша ехать на велосипеде по старому тракту, то эта поездка превращается в прогулку, полную удовольствия и ярких эмоций. Здесь вас встретит светлый, уютный лес и царство птиц.

Когда велосипед почти бесшумно катится по старой дороге, появляется интересное ощущение, что вот-вот тебя нагонит гремющая по камням старая бричка с веселым ямщиком.

Здесь иногда на обочинах да и среди камней, из-под которых пробивается изумрудно-зеленая трава, можно найти старые подковы, которые были потеряны много лет назад. Именно такие найденные подковы и приносят счастье.

У дороги в последнее время появилась серьезная проблема. Булыжники начали добывать для строительства фундаментов. Часть дороги уже разобрана, но есть надежда, что хоть какая-то часть этого интересного маршрута останется для того, чтобы по ней смогли пройти представители последующих поколений.

Современные кладоискатели или игра для романтиков

(Информация подготовлена с использованием материалов сети Интернет)

Как и для любого бизнеса, для туристического бизнеса на селе важен спрос, который может быть обеспечен только потоком клиентов. К туристическим ресурсам, которые могут привлекать туристов, можно отнести и туристические игры. Особенно хороши для этих целей игры, в которые играет много людей. К таким забавам и относится глобальная туристическая игра Геокешинг.



Геокешинг — это современная туристическая игра, в которой главным другом участника является GPS-навигатор или другое устройство, позволяющее определять географические координаты объекта на местности. В неё можно играть семьёй, компанией или в одиночку. Основная идея состоит в том, что одни игроки прячут тайники, с помощью GPS определяют их координаты и сообщают о них в Интернете. Другие игроки используют эти координаты и свои GPS-приёмники для поиска тайников.

Эта игра известна в разных странах. В сети Интернет существует множество сайтов, которые позволяют включиться в игру. Вот лишь некоторые из них:

<http://www.opencaching.com/ru/>

<http://www.geocaching.su>

<http://opencaching.pl>, <http://www.shukach.com/>



Тайники в этой игре обычно создаются в тех местах, которые представляют природный, исторический, культурный, географический интерес. Поэтому создание и поиск тайников превращаются не только в активный отдых, но и в познавательный процесс. Игроки получают множество любопытных сведений о достопримечательностях. Приветствуются тайники, где реализуется оригинальная и трудная поисковая задача.

На первый взгляд, кажется, что найти тайник с помощью GPS-приёмника просто. Однако точность, с которой GPS-приемник определяет позицию, составляет несколько десятков метров. GPS-приемник позволяет только «очертить» небольшой район местонахождения тайника. Для более точного поиска надо пользоваться подсказками из его описания.

Тайники бывают самых разных видов. Самый распространённый (традиционный) тайник представляет собой контейнер с крышкой, в котором находятся «сокровища» — мелкие предметы

и блокнот для тех, кто нашёл тайник. Игрок имеет право отметить-ся в блокноте, забрать любой предмет из контейнера, но взамен обязан оставить равноценный предмет. Блокнот является обязательным атрибутом тайника и содержит информацию о тайнике и его посетителях. После посещения тайника, игрок должен закрыть контейнер и поместить его на прежнее место. Тайник нужно аккуратно замаскировать, чтобы следующие участники игры приложили не меньшие усилия для поиска тайника, а также, чтобы он не был случайно найден и разорён. Остаётся только написать о своём посещении в интернетовской гостевой книге тайника.

Для традиционного типа тайников в описании указываются координаты их местонахождения. Пошаговые тайники и тайники-загадки предполагают получение координат или иных указаний на их местонахождение путем решения логических или иных задач, чаще всего связанных с объектами на местности, находящимися на небольшом расстоянии от тайника. Иногда для поиска главного тайника приходится найти несколько тайников-подсказок, которые содержат дополнительную информацию.

Существуют и виртуальные тайники. Они предполагают только посещение некоторой местности без поиска тайника. При этом для зачета посещения на сайте игры требуется ответить на некоторые вопросы об этой местности или представить ее фотографии.

Тайники могут быть самого разного внешнего вида и размера. Самые маленькие (нано-) тайники имеют объём не более 2—3 мл. и содержат только маленькую бумажную ленту, на которой можно отметить его посещение. Тайники большего размера, помимо бумаги или блокнота для отметок посещений, могут содержать различные предметы, обычно невысокой стоимости — сувениры, брелоки, диски, игрушки, монеты и т. п. В контейнер рекомендуется класть водопоглотитель — мешочек с силикагелем, а рядом с ним пробитый пакет с красным перцем, что защитит его от разорения животными, обнаруживающими даже зарытые тайники по запаху.

Геокэшинг активно применяется в качестве корпоративного развлечения. Сотрудники обеспечивающей фирмы прячут тайники, инструктируют участников, обеспечивают их экипировкой и GPS-навигаторами. Такие развлечения могут быть и некоммерческими, но суть та же самая — организаторы прячут, а участники ищут. Обычно к концу дня подводится итог с награждением победителей.

История игры

Геокэшинг (geocaching) — одновременно и очень древняя, и совсем новая игра. С давних пор тема поиска кладов окружена атмосферой притягательной таинственности. Сколько раз в детстве

и юности мы с трепетом читали про то, как отважный авантюрист бросает вызов тысяче опасностей и отправляется на поиски сокровища. Кто из нас не мечтал быть похожим на графа Монте-Кристо, Индиану Джонса или героев Стивенсона! Множество взрослых людей посвящает жизнь раскрытию древних тайн, среди которых есть вполне реальные тайники и клады. Во все времена поиск сокровищ был для человечества увлекательным занятием. Но лишь с появлением Интернета и спутниковой навигации эта задача для избранных превратилась в игру для всех. Десятки тысяч тайников спрятаны практически во всех странах мира.

История геокэшинга, как современной игры началась в 2000 году. После превращения технологии GPS из военной в гражданскую Дэйвом Алмером был спрятан первый тайник на территории США. Игра очень быстро набирала популярность и уже через две недели вышла за пределы США, превратившись в международную.

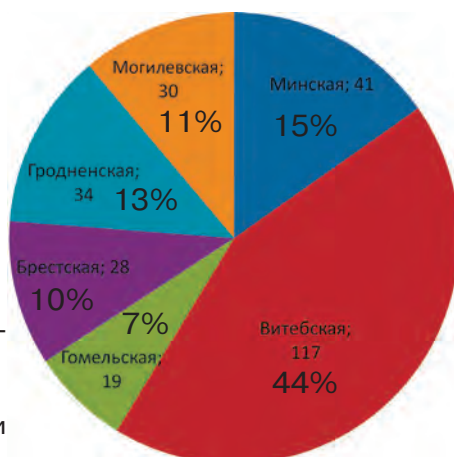
В Россию геокэшинг пришел весной 2002 года, а в Беларуси первый тайник появился в 2003 году. На сегодняшний день в нашей стране их около 270. Большинство тайников, спрятанных на территории стран СНГ, отмечены на сайте <http://www.geocaching.ru>

Сейчас этот сайт превратился в крупнейшую базу данных достопримечательностей. Причем каждый тайник, каждая точка, имеет не только свои координаты, но и подробное описание местности и достопримечательности, фотографии, а также мнения уже посетивших ее игроков. В 2012 году количество тайников перевалило за 11000 штук, а сайт игры ежедневно посещает более 7500 человек! За несколько лет геокэшинг превратился из игры для «избранных», обладателей GPS-навигаторов, в массовое увлечение!

Тайники Геокэшинга на территории Могилевской области (по данным сайта <http://www.geocaching.ru>)

На территории Могилевской области всего спрятано 30 тайников (по состоянию на конец 2012 года). Это вполне сопоставимо с такими же показателями по другим областям Беларуси. Исключение, пожалуй, составляет только Витебская область, в которой сконцентрирована почти половина всех «кладов». Это связано как с обилием интересных для туристов объектов, так и с наличием в области людей, активно продвигающих игру на своей территории, создающих ей привлекательный для туристов имидж. Так в Витебской области около 70% тайников заложено одним человеком, а это ни много ни мало — 77 «кладов».

Так выглядит распределение тайников глобальной туристической игры Геокэшинг по областям Беларуси



Вот краткий перечень тайников, спрятанных в Могилевской области.

Название тайника	Район	GPS-координаты
Памятник интернет-мему	Бобруйский	N 53° 8.411' E 29° 19.153'
Старый Бобруйск	Бобруйский	N 53° 8.634' E 29° 14.475'
Семейство бобров или Бобруйский клан	Бобруйский	N 55° 53.510' E 27° 33.288'
Лудчицкая высота	Быховский	N 53° 25.229' E 30° 16.425'
Горки. Сельскохозяйственная столица Беларуси	Горецкий	N 54° 17.071' E 30° 59.540'
Мемориал настоящим польским героям	Горецкий	N 54° 24.609' E 31° 6.799'
Чернобыльская зона Могилевской области	Климовичский	N 53° 27.984' E 31° 47.515'
У реки Сушанки	Кличевский	N 53° 37.147' E 29° 28.703'
Древний Кричев	Кричевский	N 53° 41.750' E 31° 43.033'
Всегда рады Вам в Корчме	Могилевский	N 53° 51.764' E 30° 15.579'
Зоосад	Могилевский	N 53° 51.670' E 30° 15.710'

Название тайника	Район	GPS-координаты
Буйничское поле	Могилевский	N 53° 51.688' E 30° 15.446'
В Беларусь на новогодние каникулы!	Могилевский	N 53° 53.530' E 30° 30.300'
Пустынки	Мстиславский	N 54° 6.171' E 31° 44.679'
Древний Мстиславль	Мстиславский	N 54° 1.434' E 31° 43.588'
Монастырь Св. Онуфрия	Мстиславский	N 53° 52.517' E 31° 46.600'
Источник в Проще	Осиповичский	N 53° 12.372' E 28° 44.805'
Битва у Лесной (Мать Полтавской баталии)	Славгородский	N 53° 32.414' E 30° 54.476'
Дуб любви	Славгородский	N 53° 26.511' E 31° 0.542'
Голубая криница священное место во все времена	Славгородский	N 53° 22.794' E 31° 2.620'
Лиственница канделябр	Славгородский	N 53° 33.916' E 30° 57.488'
На графских развалинах	Чаусский	N 53° 49.191' E 30° 58.304'
Криница в д. Шеперево	Чаусский	N 53° 46.042' E 30° 57.967'
На поиски Чертовых пальцев и Перуновых стрел	Чаусский	N 53° 50.106' E 30° 58.619'
Экомузей «Царство муравьиного льва»	Чаусский	N 53° 42.254' E 30° 59.374'
Сад камней	Чаусский	N 53° 48.864' E 30° 59.453'
Родники Байково место природной силы	Чаусский	N 53° 41.906' E 30° 59.319'
Экомузей «Пасека»	Чаусский	N 53° 53.522' E 31° 6.321'
Старая дорога и душу вытрясет	Чаусский	N 53° 49.947' E 30° 53.487'
Аномальная зона «Беларусская Чертовщина»	Чаусский	N 53° 44.401' E 30° 52.609'

Приложения

Приложение 1

Председателю _____
(название Совета депутатов)

(ФИО председателя Совета депутатов)

(ФИО гражданина)

проживающего по адресу:

(адрес постоянного места жительства)

Паспорт _____
(серия, номер)

выдан _____
(дата выдачи)

(кем выдан)

Уведомление

В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь №372 от 2 июня 2006 г. «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь», информирую Вас о намерении осуществлять деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма в принадлежащем мне на праве собственности доме, расположенном по адресу: _____

В доме имеется _____

(указать количество комнат, наличие воды, душа, туалета).

Дата

Подпись _____

Приложение 2

Начальнику ИМНС Республики Беларусь по _____ району

(название района)

(ФИО начальника)

(ФИО гражданина)

проживающего по адресу:

(адрес постоянного места жительства)

Паспорт _____
(серия, номер)

выдан _____
(дата выдачи)

(кем выдан)

Заявление

В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь №372 от 2 июня 2006 г. «О мерах по развитию агрозкотуризма в Республике Беларусь», прошу поставить меня на учет в инспекцию в качестве плательщика сбора на оказание услуг в сфере агрозкотуризма и присвоить номер налогоплательщика.

Дата _____

Подпись _____

Приложение 4.

ДОГОВОР

собственника жилого дома (части жилого дома) с агроэкотуристом

_____ 20__ г.

(место заключения настоящего договора)

_____,

(фамилия, имя, отчество собственника жилого дома (части жилого дома))

именуемый в дальнейшем исполнитель, с одной стороны, и _____

_____,

(фамилия, имя, отчество агроэкотура)

_____,

(место жительства агроэкотура)

именуемый в дальнейшем заказчик, с другой стороны, руководствуясь Указом Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2006 г., № 89, 1/7647), заключили настоящий договор о нижеследующем:

ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

Исполнитель оказывает услуги по организации временного пребывания заказчика на территории сельской местности по адресу: _____

_____,

(номер дома, улица, населенный пункт, район, область)

в целях отдыха, оздоровления, ознакомления с природным потенциалом, национальными и культурными традициями в объеме и на условиях, предусмотренных настоящим договором.

ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

1. Исполнитель имеет право:

1.1. требовать от заказчика своевременного внесения платы за услуги в сфере агроэкотуризма;

1.2. требовать использования жилого дома (части жилого дома), предоставленного заказчику, по назначению;

1.3. свободного доступа в предоставленный заказчику жилой дом (часть жилого дома) для его уборки, технического обслуживания и проведения необходимых ремонтных работ (далее – обслуживание).

2. Исполнитель обязан:

2.1. предоставить заказчику достоверную информацию об объеме и качестве оказываемых услуг в сфере агроэкотуризма;

2.2. предоставить заказчику исчерпывающие сведения об особенностях пребывания на территории соответствующей сельской местности;

2.3. обеспечить уборку и обслуживание предоставленного заказчику жи-

лого дома (части жилого дома) и придомовой территории;

2.4. создать условия, обеспечивающие безопасность жизни, здоровья и сохранность имущества заказчика.

3. Исполнитель по желанию заказчика вправе:

3.1. предоставить жилые комнаты площадью _____ кв. метров для его размещения в _____

(адрес дома, оборудование дома (водопровод, канализация, горячее водоснабжение, отопление (вид) и другое)

а также информацию о том, кто в указанном доме проживает;

3.2. обеспечить заказчика питанием (как правило, с использованием продукции собственного производства), организовать познавательные, спортивные и культурно-развлекательные экскурсии и программы, а также оказывать другие услуги, связанные с приемом, размещением, транспортным и иным обслуживанием, согласно приложению.

4. Заказчик имеет право:

4.1. до начала пребывания получить информацию от исполнителя об обычаях местного населения, в том числе связанных с религиозными обрядами, о культурных традициях, природных, культурных и иных объектах места временного пребывания;

4.2. на возмещение убытков в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

5. Заказчик обязан:

5.1. предоставить исполнителю документ, удостоверяющий его личность;

5.2. оплатить стоимость услуг, оказываемых согласно настоящему договору;

5.3. соблюдать общепринятые правила поведения, лояльно относиться к традициям, религиозным обычаям в месте временного пребывания;

5.4. соблюдать установленные правила охраны окружающей среды, памятников истории и культуры в месте временного пребывания;

5.5. соблюдать правила личной безопасности и сохранности личного имущества;

5.6. не совершать действий, приводящих к порче имущества исполнителя;

5.7. обеспечивать доступ в жилой дом (часть жилого дома) для проведения уборки и обслуживания;

5.8. соблюдать чистоту и порядок в жилом доме (части жилого дома) и на придомовой территории;

5.9. экономно расходовать воду и электрическую энергию.

КАЧЕСТВО И ОБЪЕМ УСЛУГ В СФЕРЕ АГРОЭКОТУРИЗМА

6. Качество и объем предоставляемых услуг в сфере агроэкотуризма должны соответствовать условиям настоящего договора.

7. Заказчик вправе с согласия исполнителя предъявить дополнительные

требования к качеству и объему оказываемых в рамках настоящего договора услуг, указав такие требования в настоящем договоре.

8. При обнаружении недостатков качества оказываемых, согласно настоящему договору, услуг заказчик вправе предъявить претензии к исполнителю в письменном виде в месячный срок.

9. Если после начала пребывания окажется, что объем и качество предоставляемых услуг не соответствуют условиям настоящего договора не по вине исполнителя, исполнитель обязан заменить эти услуги услугами аналогичного или более высокого качества, а с согласия заказчика – услугами более низкого качества.

ЦЕНЫ И ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ

10. Стоимость услуг, оказываемых согласно настоящему договору, составляет _____ (_____)
(цифрой) (прописью)

белорусских рублей и включает в себя стоимость:

• проживания в размере _____ (цифрой) _____ (прописью)
_____) белорусских рублей;

• иных услуг в размере _____ (цифрой) _____ (прописью)
_____) белорусских рублей;

11. Заказчик оплачивает стоимость услуг по настоящему договору _____
(до начала пребывания, в первый (последний) день пребывания)

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

12. Стороны несут ответственность за неисполнение или за ненадлежащее исполнение обязательств по настоящему договору в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

13. В случае утраты или повреждения имущества исполнителя заказчик возмещает фактически причиненные убытки в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь.

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

14. Настоящий договор вступает в силу со дня его подписания сторонами и действует до полного исполнения обязательств по настоящему договору.

15. Все изменения и дополнения, вносимые в настоящий договор, а также его расторжение совершаются в письменной форме.

16. Настоящий договор составлен на русском языке в двух экземплярах, каждый из которых имеет одинаковую силу.

17. Все споры по настоящему договору разрешаются в порядке, предусмотренном законодательством Республики Беларусь.

РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

Исполнитель:

ФИО

Адрес

Паспорт №

выдан

Подпись _____

Заказчик:

ФИО

Адрес

Паспорт №

выдан

Подпись _____

Приложение 5.

ДОГОВОР

собственника жилого дома (части жилого дома) с туроператором

_____ 20__ г.

(место заключения настоящего договора)

_____,

(фамилия, имя, отчество собственника жилого дома (части жилого дома))

именуемый в дальнейшем исполнитель, с одной стороны, и _____

_____,

(наименование туроператора, приобретающего услуги в сфере

агрозкотуризма для последующей их реализации

_____,

агрозкотуристам, данные

_____,

о специальном разрешении (лицензии) на осуществление туристической деятельности)

именуемый в дальнейшем заказчик, с другой стороны, руководствуясь Указом Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372 «О мерах по развитию агрозкотуризма в Республике Беларусь» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2006 г., № 89, 1/7647), заключили настоящий договор о нижеследующем:

ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

Исполнитель оказывает услуги по организации временного пребывания заказчика на территории сельской местности по адресу: _____

_____,

(номер дома, улица, населенный пункт, район, область)

в целях отдыха, оздоровления, ознакомления с природным потенциалом, национальными и культурными традициями в объеме и на условиях, предусмотренных настоящим договором.

ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

1. Исполнитель имеет право:

- 1.1. требовать от заказчика своевременного внесения платы за услуги в сфере агрозкотуризма;
- 1.2. требовать использования жилого дома (части жилого дома), предоставленного агрозкотуристу, в соответствии с его назначением;
- 1.3. свободного доступа в предоставленный агрозкотуристу жилой дом (часть жилого дома) для его уборки, технического обслуживания и проведения необходимых ремонтных работ (далее - обслуживание).

2. Исполнитель обязан:

- 2.1. предоставить заказчику достоверную информацию об объеме и качестве оказываемых услуг в сфере агротуризма;
- 2.2. предоставить заказчику исчерпывающие сведения об особенностях пребывания на территории соответствующей сельской местности;
- 2.3. обеспечить уборку и обслуживание предоставленного агротуристу жилого дома (части жилого дома) и придомовой территории;
- 2.4. создать условия, обеспечивающие безопасность жизни, здоровья и сохранность имущества агротуриста.

3. Исполнитель по желанию заказчика вправе:

- 3.1. предоставить жилые комнаты площадью _____ кв. метров для его размещения в _____

(адрес дома, оборудование дома (водопровод, канализация, горячее водоснабжение, отопление (вид) и другое)

а также информацию о том, кто в указанном доме проживает;

- 3.2. обеспечить агротуриста питанием (как правило, с использованием продукции собственного производства), организовать познавательные, спортивные и культурно-развлекательные экскурсии и программы, а также оказывать другие услуги, связанные с приемом, размещением, транспортным и иным обслуживанием, согласно приложению.

4. Заказчик имеет право:

- 4.1. до начала пребывания агротуриста получить информацию от исполнителя об обычаях местного населения, в том числе связанных с религиозными обрядами, о культурных традициях, природных, культурных и иных объектах места временного пребывания;
- 4.2. на возмещение убытков в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

5. Заказчик обязан:

- 5.1. предоставить исполнителю копию специального разрешения (лицензии) на осуществление туристической деятельности;
- 5.2. оплатить стоимость услуг, оказываемых согласно настоящему договору;
- 5.3. проинструктировать агротуриста о необходимости соблюдения в месте временного пребывания общепринятых правил поведения, установленных правил охраны окружающей среды, памятников истории и культуры, правил личной безопасности и сохранности личного имущества, о лояльном отношении к традициям, религиозным обычаям, обеспечении доступа в жилой дом (часть жилого дома) для проведения уборки и обслуживания, соблюдении чистоты и порядка в жилом доме (части жилого дома) и на придомовой территории, экономном расходовании воды и электрической энергии.

КАЧЕСТВО И ОБЪЕМ УСЛУГ В СФЕРЕ АГРОЭКОТУРИЗМА

6. Качество и объем предоставляемых услуг в сфере агроэкотуризма должны соответствовать условиям настоящего договора.

7. Заказчик вправе с согласия исполнителя предъявить дополнительные требования к качеству и объему оказываемых в рамках настоящего договора услуг, указав такие требования в настоящем договоре.

ЦЕНЫ И ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ

8. Стоимость услуг, оказываемых согласно настоящему договору, составляет _____ (_____)

(цифрой)

(прописью)

белорусских рублей и включает в себя стоимость:

- проживания в размере _____ (цифрой) _____ (прописью) _____) белорусских рублей;

- иных услуг в размере _____ (цифрой) _____ (прописью) _____) белорусских рублей;

9. Заказчик оплачивает стоимость услуг по настоящему договору _____

(до начала пребывания, в первый (последний) день пребывания)

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

10. Стороны несут ответственность за неисполнение или за ненадлежащее исполнение обязательств по настоящему договору в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

11. В случае утраты или повреждения имущества исполнителя заказчик возмещает фактически причиненные убытки в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь.

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

12. Настоящий договор вступает в силу со дня его подписания сторонами и действует до полного исполнения обязательств по настоящему договору.

13. Все изменения и дополнения, вносимые в настоящий договор, а также его расторжение совершаются в письменной форме.

14. Настоящий договор составлен на русском языке в двух экземплярах,

каждый из которых имеет одинаковую силу.

15. Все споры по настоящему договору разрешаются в порядке, предусмотренном законодательством Республики Беларусь.

РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

Исполнитель:

ФИО

Адрес

Паспорт №

выдан

Подпись _____

Заказчик:

Название

УНП

Юридический адрес

Банковские реквизиты

Подпись _____

Приложение 6.

Уведомление

(наименование субъекта агротуризма)

полная транскрипция фамилии, собственного имени (второго имени), отчества (при наличии) в соответствии с документом для выезда за границу, визой Республики Беларусь.

полная транскрипция фамилии, собственного имени (второго имени), отчества (при наличии) на русском или белорусском языке <*>

Дата рождения _____

Гражданство _____ (либо указать, что лицо не имеет гражданства)

Пол _____

Документ для выезда за границу _____ серия ____ № _____

Выдан ____ . ____ . _____ Действителен до <*> ____ . ____ . _____

Виза Республики Беларусь

Серия <***> _____ № _____ Тип визы _____

Срок регистрации/пребывания (в соответствии с договором на оказание услуг в сфере агротуризма) с ____ . ____ . _____ по ____ . ____ . _____

Сведения, представленные в уведомлении, соответствуют сведениям, содержащимся в документе для выезда за границу (визе) иностранного гражданина (лица без гражданства) _____

(соответствуют / не соответствуют)

_____ «__» ____ 20__ г.

(ФИО представителя субъекта агротуризма)

(подпись)

Проверено наличие страхового полиса медицинского страхования: _____

(имеется / не имеется (при наличии указывается номер страхового полиса мед. страхования))

Проверено наличие миграционной карты: _____

(имеется / не имеется (при наличии указывается номер миграционной карты))

<*> Заполняется при наличии транскрипции фамилии, собственного имени (второго имени), отчества (при наличии) иностранца на русском или белорусском языке.

<***> Заполняется при наличии соответствующих сведений в документе для выезда за границу, представленном иностранцем.

<****> Данные о действующей визе Республики Беларусь заполняются в отношении иностранных граждан и лиц без гражданства, которые в соответствии с законодательством Республики Беларусь, международными договорами Республики Беларусь въезжают в Республику Беларусь по визам.

Справочное издание

АГРОЭКОТУРИЗМ: первые шаги

Справочные материалы

Ответственный за выпуск
Пахоменко Е. И., Пахоменко А. Н.

Подписано в печать 09.01.2013.
Формат 60х84¹/₈. Бумага офсетная.
Гарнитура PragmaticaC. Офсетная печать.
Усл. печ. л. 5,83. Уч. изд. л. 6, 12.
Тираж 710. Заказ 7131.

Дополнительную информацию о проекте можно получить в Информационном центре по устойчивому развитию и экотуризму Чаусского района по телефонам +375297402186 и +375291185371, а также в МЭОО «ЭНДО» по телефонам +375291312076 и +375297402189, а также по электронной почте: endo@tut.by

Издатель и полиграфическое исполнение:
Унитарное полиграфическое коммунальное предприятие
«Могилевская областная укрупненная
типография имени Спиридона Соболя»
ЛИ № 02330/0003901 от 14.03.2011.
ЛП № 02330/0150452 от 03.02.2009.

Ул. Первомайская, 70, 212030 г. Могилев

ISBN 978-985-6848-98-1



9 789856 848981