СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ: НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

BOOKMANY PRINT

ISBN 978-9910-288-94-4

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ: НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА
ПРИ КОМИТЕТЕ ПО ТУРИЗМУ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ

НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОЛЛЕКТИВНАЯ МОНОГРАФИЯ

Международный авторский коллектив — 9 стран



ТАШКЕНТ • 2026

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ПРИ КОМИТЕТЕ ПО ТУРИЗМУ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ: НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Международная монография

“BOOKMANY PRINT”
ТАШКЕНТ – 2026

УДК: 338.48-44:379.85
ББК: 65.433я44
С 23

Сельский туризм: новые горизонты сотрудничества и устойчивого развития регионов [Текст]: монография / Н.Г. Агзамова, Н.М. Борисенко, Л.М. Гайдукевич, В.А. Клицунова, И.В. Лебедева, Дж.Н. Машокиров, А.И. Мухитдинов, Д.В. Пукась, Ш.Ш. Сагдуллаев, Сергачев С.А., S.Wroblewski, Todd Comen, E.Quendler, A.Plaikner, V.Magnini, L.Dervishej, A.D. Depayso, V.E. Labbutan, K.Wayet. – Ташкент: Издательство “Bookmany print”, 2026. – 212 с.

Монография подготовлена авторским коллективом под научной редакцией Е.В.Голышевой - директора НИИ развития туризма Узбекистана, доктора философии (PhD) по экономическим наукам, А.И.Мухитдинова - начальника отдела НИИ развития туризма.

Рецензенты:

Адылова Зульфия Джавдатовна – доктор экономических наук, профессор Ташкентского Государственного экономического университета

Назарова Рано Рустамовна – доктор экономических наук, профессор Ташкентского Государственного экономического университета

Авторский коллектив: Агзамова Н.Г., Борисенко Н.М., Гайдукевич Л.М., Клицунова В.А., Лебедева И.В., Машокиров Дж.Н., Мухитдинов А.И., Пукась Д.В., Сагдуллаев Ш.Ш., Сергачев С.А., S.Wroblewski, Todd Comen, E.Quendler, A.Plaikner, V.Magnini, L.Dervishej, A.D. Depayso, V.E. Labbutan, K.Wayet.

В монографии рассматриваются теоретические, методологические и практические аспекты развития сельского туризма как инструмента устойчивого развития регионов. Особое внимание уделяется международному опыту развития сельского, агро- и экотуризма, роли местных сообществ, институциональному партнерству, подготовке кадров, инклюзивности, сохранению культурного и природного наследия, а также формированию конкурентоспособных туристских продуктов на сельских территориях.

Издание предназначено для научных работников, преподавателей, студентов, специалистов туристской отрасли, представителей государственных органов и органов местного самоуправления, общественных организаций, предпринимателей, фермеров, экспертов и всех заинтересованных лиц, занимающихся вопросами развития сельского туризма и устойчивого развития регионов.

Печатается по решению Ученого Совета НИИ развития туризма при Комитете по туризму Республики Узбекистан, протокол № 5 от 17.07.2026.

© Агзамова Н.Г., Борисенко Н.М. и др., 2026.
ISBN 978-9910-288-94-4 **Издательство “Bookmany print”, 2026.**

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 8

РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА.

Community-Based Tourism Development as a Factor in Sustainable Rural Development
***Ш.Ш.Сагдуллаев* 12**

Integrated Rural Tourism, From Theory to Practice
***Todd Comen* 23**

РАЗДЕЛ II. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ, ПАРТНЕРСТВО И УПРАВЛЕНИЕ СЕЛЬСКИМ ТУРИЗМОМ.

Роль некоммерческих организаций в развитии сельского туризма: глобальный, национальный и локальный уровни
***В.А. Клицунова, Д.В. Пукась* 30**

From Farm Holidays to Agritourism Governance: Austria's Cooperative Model of Multifunctional Rural Development
***E.Quendler, A.Plaikner, V.Magnini* 47**

Rural Tourism as a System of Integrated Territorial Management and Rural Socio-Economic Diversification
***L.Dervishej* 64**

РАЗДЕЛ III. МЕСТНЫЕ СООБЩЕСТВА, КАДРЫ И ИНКЛЮЗИВНОСТЬ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ.

Опыт развития сельского туризма на основе местных сообществ в России: Всероссийский проект образовательной программы «Акселератор сельского и экологического туризма».
***И.В.Лебедева* 86**

Практика подготовки в Белорусском государственном университете туристских кадров для агроэкотуризма
Л.М. Гайдукевич **100**

Обеспечение доступности сельского туризма для людей с особыми потребностями: опыт Беларуси
Н.М. Борисенко **109**

РАЗДЕЛ IV. ИДЕНТИЧНОСТЬ, КУЛЬТУРА И АРХИТЕКТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ В ФОРМИРОВАНИИ УСТОЙЧИВЫХ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ

The Role of Identity in Agritourism Performance: Evidence from Benguet, Philippines
A.D. Depayso, V.E. Labbutan, K.Wayet **131**

Агроэкоусадьба: объект туризма в современной архитектуре Беларуси
С.А. Сергачев **141**

РАЗДЕЛ V. СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ: ПОТЕНЦИАЛ, БАРЬЕРЫ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ.

Современное состояние и оценка развития туризма в сельских территориях Республики Таджикистан в условиях зеленой экономики.
Дж.Н.Машокиров **157**

Challenges in Implementing Rural Tourism Concepts in Developing Countries
S.Wroblewski **177**

Анализ состояния развития сельского туризма в Ташкентской области и его организационно-экономических факторов.
Н.Г.Агзамова **188**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ **204**

Сведения об авторах **209**

Дорогие коллеги, друзья и партнеры!

От имени Научно-исследовательского института развития туризма при Комитете по туризму Республики Узбекистан приветствую вас на страницах международной коллективной монографии «Сельский туризм: новые горизонты сотрудничества и устойчивого развития регионов».

Развитие сельского туризма сегодня приобретает особое значение для многих стран мира. Это направление становится не только важной частью туристской отрасли, но и эффективным инструментом устойчивого развития регионов, поддержки местных сообществ, сохранения культурного и природного наследия, создания новых рабочих мест и продвижения уникальной идентичности сельских территорий.

Для Узбекистана тема сельского туризма имеет особую актуальность. Богатое историко-культурное наследие, традиции гостеприимства, национальная кухня, ремесла, фермерские хозяйства, природное разнообразие и самобытный образ жизни сельских территорий создают значительный потенциал для формирования новых туристских продуктов и повышения привлекательности регионов страны.

Настоящая монография объединяет исследования, экспертные подходы и практический опыт авторов из разных стран. В ней рассматриваются вопросы развития сельского, агро- и экотуризма, участия местных сообществ, институционального партнерства, подготовки кадров, инклюзивности, территориальной идентичности, зеленой экономики и международного сотрудничества. Такой междисциплинарный и международный подход позволяет рассматривать сельский туризм как комплексное явление, требующее совместных усилий науки, государства, бизнеса, образовательных учреждений, общественных организаций и местного населения.

Выражаю искреннюю признательность всем авторам, рецензентам и специалистам, принявшим участие в подготовке данного издания. Уверена, что монография будет полезна научным работникам, преподавателям, студентам, представителям туристской отрасли, государственным органам, предпринимателям и всем, кто

заинтересован в развитии сельского туризма как важного направления устойчивого и инклюзивного развития регионов.

Надеюсь, что настоящее издание станет вкладом в расширение научного и практического диалога, укрепление международного сотрудничества и формирование новых инициатив в сфере сельского туризма.

Директор Научно-исследовательского института развития туризма при Комитете по туризму Республики Узбекистан
Е.В. Голышева

Приветственное слово

Уважаемые читатели!

Для меня большая честь приветствовать выход международной коллективной монографии «Сельский туризм: новые горизонты сотрудничества и устойчивого развития регионов».

Развитие сельского и агротуризма сегодня становится важным направлением международного сотрудничества, объединяющим ученых, экспертов, представителей туристской отрасли, фермеров, местные сообщества и общественные организации. Обмен опытом между странами позволяет глубже понять, какие модели, подходы и практические решения могут быть полезны для устойчивого развития сельских территорий.

Особая ценность настоящего издания заключается в том, что в нем представлены работы зарубежных авторов, отражающие различные подходы к развитию сельского туризма, агротуризма, партнерских сетей, локальных туристских продуктов и вовлечения местных сообществ. Эти материалы позволяют увидеть сельский туризм не только как национальное, но и как глобальное явление, основанное на сотрудничестве, сохранении наследия, поддержке местных инициатив и уважении к уникальности каждой территории.

Выражаю признательность Научно-исследовательскому институту развития туризма при Комитете по туризму Республики Узбекистан за инициативу подготовки данной монографии, а также всем авторам, внесшим вклад в ее создание. Уверена, что издание станет полезной площадкой для обмена знаниями, укрепления профессиональных связей и развития новых международных инициатив в сфере сельского и агротуризма.

Вице-президент Глобальной агротуристической сети
Global Agritourism Network
Валерия Клицунова

ВВЕДЕНИЕ

Сельский туризм в современных условиях приобретает значение не только как самостоятельное направление туристской деятельности, но и как действенный инструмент устойчивого социально-экономического развития регионов. Его потенциал выходит далеко за пределы организации отдыха в сельской местности: он способствует созданию новых рабочих мест, диверсификации доходов сельского населения, сохранению природного и культурного наследия, поддержке местных инициатив, развитию малого предпринимательства, укреплению межрегионального и международного сотрудничества.

Актуальность настоящей монографии обусловлена тем, что сельские территории во многих странах сталкиваются со схожими вызовами: оттоком молодежи, ограниченностью рабочих мест, недостаточным уровнем инфраструктуры, слабой интеграцией местных производителей в туристские цепочки, а также необходимостью сохранения традиционного образа жизни, ремесел, гастрономии, природных ландшафтов и локальной идентичности. В этих условиях сельский туризм становится одним из наиболее гибких и социально ориентированных механизмов развития, позволяющим соединить экономические интересы, культурную преемственность и экологическую ответственность.

Мировой опыт показывает, что сельский туризм отвечает ключевым приоритетам современного общества: устойчивому развитию, сохранению наследия, поддержке местных инициатив, формированию экологического сознания и развитию зеленой экономики. При этом сельский туризм по своей природе является многокомпонентным явлением, охватывающим сельский образ жизни, природу, культурно-материальное наследие, досуг, гастрономию, ремесла, фермерские практики и различные формы взаимодействия между туристами и местным населением. Именно поэтому его развитие требует не только предпринимательской активности, но и координации, партнерства, институциональной поддержки и участия местных сообществ.

Особое значение в развитии сельского туризма имеют горизонтальные сетевые объединения, национальные ассоциации, некоммерческие организации, образовательные учреждения, местные органы власти, фермерские хозяйства, малый бизнес и сами жители сельских территорий. Практика различных стран подтверждает, что

устойчивые результаты достигаются там, где сельский туризм развивается не как разрозненная совокупность отдельных объектов, а как система сотрудничества, включающая обучение, стандарты качества, продвижение туристского продукта, обмен опытом и защиту интересов участников отрасли. В этом контексте важную роль играют международные профессиональные сети, в том числе Global Agritourism Network, объединяющая участников агротуризма и сельского туризма на глобальном, национальном и локальном уровнях.

Настоящая коллективная монография «Сельский туризм: новые горизонты сотрудничества и устойчивого развития регионов» объединяет исследования ученых и практиков из разных стран, раскрывающих сельский туризм через призму устойчивого развития, территориального управления, местных сообществ, институционального партнерства, образования, инклюзии, идентичности, зеленой экономики и цифровой трансформации. В монографии представлены как теоретические подходы, так и конкретные страновые кейсы, позволяющие проследить, каким образом сельский туризм развивается в различных институциональных, экономических и культурных условиях.

Первый блок монографии посвящен теоретическим и методологическим основам сельского туризма, включая концепции community-based tourism и integrated rural tourism. В центре внимания находятся вопросы участия местных сообществ, распределения выгод, сохранения культурного и природного наследия, а также формирования комплексного туристского опыта, основанного на природе, малом сельском хозяйстве, повседневной жизни сельских жителей и локальной культуре. Подход интегрированного сельского туризма рассматривает туристский продукт как целостное сочетание природных, сельскохозяйственных, культурных и социальных компонентов, формирующих уникальное впечатление посетителя.

Второй блок раскрывает институциональные и управленческие модели развития сельского туризма. Особое внимание уделяется роли кооперации, ассоциаций, национальных и международных сетей, механизмов качества, брендинга, цифровых инструментов и многоуровневой политики. На примере Австрии показано, как агротуризм может развиваться как зрелая кооперативная модель, соединяющая сельское хозяйство, туризм, региональное развитие, культурные ландшафты и сохранение традиций. Австрийский опыт

демонстрирует, что успешный сельский туризм строится на балансе аутентичности, качества, инноваций и участия местных акторов.

Третий блок монографии обращен к вопросам местных сообществ, подготовки кадров и инклюзивности. Представленные материалы показывают, что развитие сельского туризма невозможно без формирования человеческого капитала, практического обучения, вовлечения молодежи, подготовки специалистов, а также создания условий доступности для людей с особыми потребностями. Важным выводом является то, что сельский туризм должен быть ориентирован не только на экономическую эффективность, но и на социальную справедливость, равный доступ к услугам, участие различных групп населения и повышение качества жизни в сельских регионах.

Особое место в монографии занимает тема территориальной идентичности. Сельский туризм становится конкурентоспособным тогда, когда он опирается на уникальность места: природный ландшафт, традиции, кухню, ремесла, обычаи, сельскохозяйственные практики и живую культуру местных жителей. Опыт Филиппин, Беларуси, России, Австрии, Албании и других стран показывает, что идентичность является не только культурной ценностью, но и стратегическим ресурсом туристского развития, влияющим на привлекательность дестинации, удовлетворенность туристов и устойчивость сельских предприятий.

Значительная часть монографии посвящена странам Центральной Азии, где сельский туризм обладает большим потенциалом, но одновременно сталкивается с рядом системных барьеров. К ним относятся недостаточная инфраструктура, ограниченность специализированных знаний и кадров, слабая координация участников рынка, нехватка комплексных туристских продуктов и необходимость более активного вовлечения местного населения. При этом исследования по Таджикистану и Узбекистану показывают, что развитие сельского туризма может стать важным фактором зеленой экономики, привлечения инвестиций, создания рабочих мест, продвижения локальных продуктов и повышения туристской привлекательности регионов.

Для Узбекистана тема сельского туризма имеет особую практическую значимость. Страна обладает богатым природным, культурным, этнографическим и гастрономическим потенциалом, а сельские территории могут стать важной основой для формирования новых туристских маршрутов, развития семейного

предпринимательства, продвижения ремесел, фермерских хозяйств, национальной кухни и локальных брендов. На примере Ташкентской области прослеживается значимость регионального подхода к развитию сельского туризма, внедрения цифровых решений, совершенствования организационно-экономических механизмов и интеграции местных производителей в туристский рынок.

Цель настоящей монографии заключается в комплексном осмыслении международного опыта развития сельского туризма и выявлении новых направлений сотрудничества, которые могут быть использованы для устойчивого развития регионов. В рамках монографии рассматриваются вопросы теории и практики сельского туризма, роли местных сообществ, институциональных моделей, образовательных механизмов, инклюзии, территориального брендинга, зеленой экономики и цифровизации.

Практическая значимость монографии состоит в том, что представленные исследования могут быть использованы государственными органами, научными и образовательными учреждениями, туристскими ассоциациями, органами местного самоуправления, предпринимателями, фермерами, экспертами и представителями международных организаций при разработке программ, стратегий и проектов по развитию сельского туризма.

Монография показывает, что сельский туризм – это не только форма отдыха, но и современная модель устойчивого развития сельских территорий. Его эффективность зависит от способности объединять людей, ресурсы, институты и идеи вокруг общей цели – сохранения сельского наследия, повышения качества жизни местного населения и формирования новых возможностей для межрегионального и международного сотрудничества. Именно поэтому сельский туризм сегодня открывает новые горизонты для регионов, стремящихся к устойчивому, инклюзивному и конкурентоспособному развитию.

РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Community-Based Tourism Development as a Factor in Sustainable Rural Development

Shakhriyor Sadullaev

1. Introduction

The rural population of all parts of the world have had historical experiences of economic marginalization, out migration, destruction of natural environments and loss of customary cultural practices. The United Nations World Tourism Organisation (UNWTO, 2023) concludes that tourism has significant impacts of about 10 per cent of all global GDP and is one of the fastest growing economic sectors, however the benefits of tourism have traditionally been the focus of urban centres and major resort locations. At that, community-based tourism (CBT) has become one of the most convincing developmental paradigms that aim to redirect the economic, social, and environmental gains of tourism to rural inhabitants that can act as hosts and guardians of natural and cultural resources (Goodwin and Santilli, 2009). The concept behind CBT is to establish meaningful control of tourism planning, management and with distribution of revenues to the local community hence turning tourism into a driver of equitable and sustainable development as opposed to an extractive industry.

This monograph aims to carry out an in-depth academic analysis of CBT and sustainable rural development. The discussion will be based on the available theoretical constructs, current empirical studies, and some descriptive case studies that exist in various geographical settings to determine the degree by which the CBT can fulfill its promise of bringing about inclusive development, cultural conservation, and environmental sustainability in a rural setting. The monograph continues by first stipulating a conceptual framework upon which the meaning of CBT and theoretical basis is taken before exploring the economic, socio-cultural and environmental aspects through which CBT plays a role in sustainable rural development. The ensuing sections provide case studies across the world, address lingering challenges and obstacles and provide policy suggestions to practitioners and policymakers.

2. Conceptual Framework of Community-Based Tourism

2.1 Defining Community-Based Tourism

The phenomenon of community-based tourism may be characterized as a type of tourist activity where a local community plays a significant role in the management and development of the tourism industry, and the number of economic gains stays in society as its essential part (Mtapuri and Giampiccoli, 2019). Contrary to the traditional types of mass tourism, which are usually led by foreign investors and other transnational companies, CBT is defined by localization of ownership, participatory planning and focus on fairness in sharing of benefits. The idea covers a huge variety of tourism services such as homestays, cultural tourism, agro-tourism, nature-based tours, cultural heritage tourism, which is united with the common thread of community agency and shared benefit (Tolkach and King, 2015).

World Wildlife Fund (WWF) defines CBT as environmental, socially and economically sustainable tourism which offers equitable financial advantage to a host community and also helps in environmental protection (Denman, 2001). This definition highlights the multi-dimensional character of CBT, which aims at creating a balance between the economic viability and the ecological integrity and the social equity. Notably, CBT is not a niche tourism product but an approach of development that involves the world of tourism as a means of community development and poverty reduction (Giampiccoli and Saayman, 2018).

2.2 Theoretical Underpinnings

CBT has theoretical roots which are based on various disciplinary traditions which are interrelated. The sustainable development framework, as expounded in the Brundtland Report (WCED, 1987) and consequently captured by United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) form the normative environment within which CBT functions. In particular, CBT also supports SDG 1 (No Poverty), SDG 8 (Decent Work and Economic Growth), SDG 11 (Sustainable Cities and Communities), SDG 12 (Responsible Consumption and Production), and SDG 15 (Life on Land) by providing livelihood opportunities that are environmentally friendly and allow sustaining culture (Saarinen and Lenao, 2014)

Participatory development theory - The theory realized through the writings of Chambers (1997) and Sen (1999) gives a critical perspective towards understanding CBT in terms of community empowerment whereby

the locals would have stopped being passive beneficiaries but rather agents of their development. In this view, the significance of local knowledge, capacity building and the democratic governance regimes are stressed in order to make sure that the development of tourism upholds the priorities of the community rather than foreign interests. Another useful theory is the common-pool resource theory, which has been advanced and originally proposed by Ostrom (1990), providing understanding of how the communities may jointly control shared tourism resources, such as natural landscapes, cultural heritage sites and systems of traditional knowledge, without going into the so-called tragedy of commons which often prevails when tourism development occurs unregulated.

3. CBT and Sustainable Rural Development

3.1 Economic Dimensions

The overall economic impact of CBT on rural development works in an interconnected manner in a number of ways. To start with, CBT develops direct jobs and income-generating opportunities to the rural households by offering accommodation and food services, guiding, transporting and a sale of handicraft services and local products (Leksakundilok, 2006). As compared to traditional tourism, where a high percentage of the tourist spending only seeps out of the local economy due to imports and services and goods or profits in the home countries, CBT is steadfastly crafted to ensure that the majority of the local economy is retained by use of local sourcing of inputs and also ensuring that the community owns tourism ventures (Mitchell and Ashley, 2010).

Second, CBT promotes backward and forward connections in rural economy that have multiplier effects that are far beyond the sector of tourism itself. The positive results are the agricultural producers having more local food products, artisans having access to new local markets due to the use of their traditional crafts, and the development creating more jobs in the transportation and construction industries due to the development of tourism infrastructure (Spenceley and Meyer, 2012). A study by Giampiccoli and Mtapuri (2020) reveals that every dollar expended in CBT activities results in 60 to 70 cent multiplier effects within the local economy as opposed to 20 to 30 cent in the case of traditional mass tourism.

Third, CBT helps achieve diversification of the economy in rural economies which were mainly reliant on agriculture or extractive industries. CBT strengthens household resilience to exogenous shocks like crop

failures, commodity price volatility and climate-related shocks by giving the household an alternative or supplement source of income (Zapata et al., 2011). This is more pronounced because of the impact of the diversification effect in terms of rural environments in developing countries where mono-crop farming patterns normally expose community to food insecurity and poverty cycles.

3.2 Socio-Cultural Dimensions

On top of this, CBT is very important in the socio-cultural aspects of sustainable rural development. The ability of CBT to draw back and sustain traditional cultural practices, indigenous knowledge systems and local heritage that may otherwise be overrun by modernisation and urbanisation has been noted to be one of the greatest advantages of CBT (Salazar, 2012). Once cultural practices like the traditional dance, music, food, textile making, and even the agricultural practices are identified as a good tourism resource, the communities gain a sense of cultural pride that manifested and they are thus encouraged to both preserve and pass on their practices to the younger generations.

CBT also helps to build social capitals in rural populations through the enhancement of trust, reciprocal, and collective action networks. The participatory forms of governance needed to realize great CBT management such as the community tourism committees, cooperative enterprise, and benefit sharing systems, fosters democratic decision making skills and institutional capacity that can be extended to other facets of community development (Jones, 2005). In Ecuador, a study by Ruiz-Ballesteros and Brondizio (2013) established that the levels of social cohesion and collective efficacy were significantly higher in communities in which CBT was practiced than in communities without tourism, suggesting that organisational requirements of CBT are a booster of wider community empowerment.

Moreover, CBT has shown possibilities of fostering gender equity and empowerment of women in the rural areas. The activities associated with tourism like management of homestays, food preparation, hand crafts and cultural interpretation are often known to offer women with income-earning opportunities and decision making process that disrupt the prevailing gender hierarchies (Scheyvens, 2000). A Malaysian study by Kunjuraman and Hussin (2017) discovered that female involvement in CBT enterprises had significant benefits of enhancing the economic independence of women, self-estem, and position of women in the family and society.

3.3 Environmental Dimensions

The environmental aspect of CBT contribution to sustainability in rural development is based on the fact that the society that gains material economic gains by means of the natural ecosystems would have high motivation to preserve the natural ecosystems. This principle, also known as the conservation through use paradigm, claims that CBT can help local communities to become an environmental steward by generating alternative livelihoods that are conditional on the ecological integrity (Kiss, 2004). This hypothesis is supported by empirical evidence in numerous settings: communities in the Namibian communal conservancy programme, such as those, in which CBT enterprises have been implemented, have reported substantial decreases in poaching and habitat destruction, especially they are observed after implementation of CBT enterprises that directly generate revenue on wildlife tourism (Naidoo et al., 2016).

CBT is also used to promote environmental education and awareness between the hosts and visitors. This is achieved through the use of interpretive programmes, nature walks and cultural exchanges, which leave tourists better informed about the local ecosystems and issues of concern of the rural setting, as well as the community members themselves, having a better command of the environment and improved conservation skills (Stem et al., 2003). This two-way learning process has the potential of producing long-term attitudinal and behavioural changes that can help conserve the cause. In addition to this, the ecological foot-print of CBT operations is usually very small compared to the conventional mass tourism projects because they can use the existing community infrastructure, use local materials, and operate at scales they can handle within the local ecosystems (Hall, 2007).

4. Global Case Studies and Empirical Evidence

The evidence base on the effectiveness of CBT in facilitating sustainable development in rural settings is vast internationally, with diverse outcomes across diverse contextual settings. The CBT movement in Thailand, which is situated in southeast Asia, can provide one of the most documented models of successful application. An example of a CBT programme was developed in the community of Ban Talae Nok, south Thailand, after the 2004 tsunami changed the economic foundation of the village, an illegal fishery economy, to a sustainable tourism one based on the conservation of mangroves and the traditional fishing culture. A study by

Kontogeorgopoulos et al. (2014) established that household incomes grew at an average 40 per cent over a period of five years, and mangrove cover had grown by 25 per cent as the community realised the economic worth of the high health of coastal ecosystems.

The Community-Based Natural Resource Management (CBNRM) programme in Namibia in Sub-Saharan Africa is a landmark in the application of CBT to the livelihoods of rural people and conservation of the biodiversity. Since the programme was launched in 1996, 86 communal conservancies have been created and offer approximately over 166,000 square kilometres of land and bring in over USD 10 million of tourism-related revenue to rural populations every year (NACSO, 2021). The wildlife population in conservation areas has improved significantly with the number of elephants growing by more than 22, 700 in 2019 as compared to around 7,500 in 1995, illustrating how conservation areas and community economic empowerment synergize (Naidoo et al., 2016).

In Latin America, Costa Rica offers instructive examples of the possibilities of CBT to be incorporated into the strategies of national sustainable development. There are more than 40 rural and indigenous indigenous communities in the Costa Rican community tourism network (ACTUAR), which is a group supplying a broad variety of tourism possibilities, which could include rainforest hiking, birdwatching, organic farm tours, and exchanges on indigenous culture. A comparison by Trejos and Chiang (2009) indicated that communities that are members of ACTUAR reported a growth in household income by 35 per cent, the communities had a better access to education and healthcare, and more capacity to manage the environment. In Central Asia, government agencies like the Community Based Tourism Association (KCBTA) have led the way in developing CBT models in countries like Kyrgyzstan, which organize a set of homestays, guided walks, and cultural experiences in the rural mountain villages to offer much needed income diversification in areas where conventional livelihood pastoral industries are being forced by climate change and integration with the outside world (Thompson, 2004).

5. Challenges and Barriers to CBT Implementation

Although CBT has a strong theoretical justification and is claimed to have brought about many achievements, it is affected by several underlying issues that render it ineffective as a sustainable rural development tool. The problem associated with the governance issues, the power relations, and elite capture remains one of the most problematic questions. Studies conducted

by Manyara and Jones (2007) have revealed that in most societies, advantage of CBT has been skewed towards the local elites including traditional leaders, wealthier, better-connected households which are not enjoyed equally by the marginalised members of the society, such as women, youths and ethnic minority. This elite capture phenomenon has the potential of replicating and even worsening existing inequalities in communities as it is the opposite of the principles of equity that form the basis of the CBT model.

Another challenge that is critical is market access and commercial viability. A large number of CBT projects have difficulty in drawing the flow of tourists sufficient to become financially viable, especially in remote rural locations with less transportation facilities and wider international presence (Goodwin and Santilli, 2009). This is also made difficult by the digital divide, which in many cases rural communities do not have the technology and digital literacy to make proper use of online platforms and social media channels to market their tourism products. Hamzah and Khalifah (2009) conducted a study in Malaysia which revealed that the gap between thick rhetoric and thin slicing of CBT and commercialities of operating in competitive tourism markets is the difference between expectations of financial self-sufficiency within five years.

The third significant obstacle to the successful implementation of CBT is capacity constraints. The rural areas are often ill equipped in technical expertise, business management experience, and institutional ability to create, run and commercially sell tourism enterprises efficiently (Tolkach and King, 2015). The lack of training programmes specific to the needs of community-based operators, poor formal education and the existence of language barriers further limit the competitiveness and quality of CBT services. Moreover, reliance between external NGOs, donors, and development agencies in terms of financing and technical aid poses sustainability threats because programs related to CBT are likely to fail once the external support has ceased (Giampiccoli and Saayman, 2018).

Another problem is environmental risks, especially within the framework of climatic change. Most of the CBT sites also sit in sensitive ecological regions, which are becoming more susceptible to effects of global warming such as rise in sea level, extreme weather conditions, loss of biodiversity, and water shortages. It is further been complicated by the paradox of tourism contribution to carbon emissions by transportation which negates the sustainability of the CBT especially among international tourists who travel long distances to visit remote rural areas (Hall, 2007).

6. Policy Recommendations and Strategic Framework

According to the discussion derived in this monograph, it is possible to propose a number of policy recommendations to enhance the role of CBT towards sustainable rural development. The governments are encouraged to first put in place enabling legal and institutional frameworks, which formally acknowledge community rights to local tourism resources as well as avenues to govern community-based tourism. This is through land tenure reform, community enterprise laws, and decentralised processes of tourism planning in which communities have real decision-making on matters instead of token input to the top-down planning processes (Mtapuri and Giampiccoli, 2019).

Second, there is the need to invest in human capital development. Capacity-building programmes developed should be knowledgeable on the entire range of skills necessary to achieve success in CBT management including hospitality service delivery, business planning and financial management, marketing and digital literacy, environmental monitoring and management, and cross-cultural communication. It is important that such programmes embrace participatory pedagogical means that do not create new limits and frames but build on previous local knowledge and expertise (Giampiccoli and Mtapuri, 2020).

Third, relationships between the government and the business community should be established to overcome market access barriers. CBT ought to be incorporated in the destination marketing campaigns and national tourism boards into their promotional strategies. The digital divide can be overcome by technology platforms specifically targeted at community-based operators, with simplified booking engines, multilingual content management, and peer-to-peer learning networks, to reach the potential visitors in rural communities. Connection to CBT operators and mainstream tourism supply chains (ex.s. partnerships with tour operators, travel agencies, and online travel platforms) should be proactively facilitated with the help of incentive structures and institutional support (Spenceley and Meyer, 2012).

Fourth, there should be strong monitoring and evaluation systems that would monitor the multi-dimensional effects of CBT on the outcomes of rural development. These frameworks must not only stop at traditional economic pointers, but also include those of social capitalization, safeguarding of culture, gender equity, preservation of nature and wellbeing of the community. Involving community members in data gathering and analysis by participatory methods of monitoring can increase the quality and

the ownership of the impact assessment procedures on the part of the locals (Zapata et al., 2011).

7. Conclusion

The current monograph has discussed community-based tourism development as a contributor to rural development in a sustainable manner and it has used a wealth of theoretical and empirical literature to evaluate the opportunities and constraints of the concept. As shown in the analysis, CBT when effectively undertaken, can play major roles at the economic, socio-cultural, and environmental levels of sustainable development in rural settings. The ability to generate locally retained income and motivate economic diversification, revive cultural traditions, empower the social capital, marginalised groups, and induceies to conserve the environment make CBT a holistic form of development, which correlates well with the aims of the Sustainable Development Goals.

Nevertheless, the monograph does not ignore the transformative potential of CBT, but it is again based on the relative responsiveness to redress the underlining issues of governance and equity, commercial viability and access to markets, varied capacity based, and environment concerns. The disparity between the CBT aspirational vision and its delivery on the ground in most settings leads to the necessity of enabling policy constructs, long term capacity investment, novel market linkage schemes and stringent impact assessment or evaluation mechanisms. The future studies need to rely on longitudinal research that can monitor the long-term developmental effects of CBT programs, comparative studies in various cultural and institutional settings, as well as the creation of scalable frameworks, which can make CBT and its benefits more abundant to more rural populations across the world.

In an age of ever-increasing rural to urban migration, homogenisation of cultures and crisis of the environment, CBT is one development strategy that has real potential to utilize the transformational power of tourism to the advantage of those communities who are most in need thereof. To realise such a potential, however, governments, development organisations, the private sector, and communities themselves must take a long-term commitment in outgrowing the aspect of rhetoric, and invest in the structural conditions in which CBT can produce on its promise of inclusive and sustainable rural development.

References

Chambers, R. (1997) Whose Reality Counts? Putting the First Last. London: Intermediate Technology Publications.

Denman, R. (2001) Guidelines for Community-Based Ecotourism Development. Gland: WWF International.

Giampiccoli, A. and Mtapuri, O. (2020) 'Towards a comprehensive model of community-based tourism development', International Journal of Tourism Research, 22(5), pp. 581–592.

Giampiccoli, A. and Saayman, M. (2018) 'Community-based tourism development model and community participation', African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, 7(4), pp. 1–27.

Goodwin, H. and Santilli, R. (2009) 'Community-based tourism: A success?', ICRT Occasional Paper, 11(1), pp. 1–37.

Hall, C.M. (2007) 'Tourism and regional competitiveness', in Bentley, T. and Page, S. (eds.) Advances in Tourism Research. Oxford: Elsevier, pp. 217–230.

Hamzah, A. and Khalifah, Z. (2009) 'Handbook on community-based tourism: How to develop and sustain CBT', APEC Tourism Working Group, Singapore.

Jones, S. (2005) 'Community-based ecotourism: The significance of social capital', Annals of Tourism Research, 32(2), pp. 303–324.

Kiss, A. (2004) 'Is community-based ecotourism a good use of biodiversity conservation funds?', Trends in Ecology & Evolution, 19(5), pp. 232–237.

Kontogeorgopoulos, N., Churyen, A. and Duangsaeng, V. (2014) 'Success factors in community-based tourism in Thailand', Tourism Management, 44, pp. 137–148.

Kunjuraman, V. and Hussin, R. (2017) 'Challenges of community-based homestay programme in Sabah, Malaysia', Tourism Management Perspectives, 21, pp. 1–9.

Leksakundilok, A. (2006) Community Participation in Ecotourism Development in Thailand. PhD Thesis, University of Sydney.

Manyara, G. and Jones, E. (2007) 'Community-based tourism enterprises development in Kenya', Tourism Management, 28(3), pp. 628–644.

Mitchell, J. and Ashley, C. (2010) Tourism and Poverty Reduction: Pathways to Prosperity. London: Earthscan.

Mtapuri, O. and Giampiccoli, A. (2019) 'Tourism, community-based tourism and ecotourism: A definitional problematic', South African Geographical Journal, 101(1), pp. 22–35.

NACSO (2021) The State of Community Conservation in Namibia: Annual Report 2020. Windhoek: NACSO.

Naidoo, R. et al. (2016) 'Complementary benefits of tourism and hunting to communal conservancies in Namibia', Conservation Biology, 30(3), pp. 628–638.

Ostrom, E. (1990) Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action. Cambridge: Cambridge University Press.

Ruiz-Ballesteros, E. and Brondizio, E.S. (2013) 'Building negotiated agreement: The emergence of community-based tourism in Floreana (Galapagos Islands)', Human Organization, 72(4), pp. 323–335.

Saarinen, J. and Lenao, M. (2014) 'Integrating tourism to rural development and planning in the developing world', Development Southern Africa, 31(3), pp. 363–372.

Salazar, N.B. (2012) 'Community-based cultural tourism: Issues, threats and opportunities', Journal of Sustainable Tourism, 20(1), pp. 9–22.

Scheyvens, R. (2000) 'Promoting women's empowerment through involvement in ecotourism', Journal of Sustainable Tourism, 8(3), pp. 232–249.

Sen, A. (1999) Development as Freedom. Oxford: Oxford University Press.

Spenceley, A. and Meyer, D. (2012) 'Tourism and poverty reduction: Theory and practice in less economically developed countries', Journal of Sustainable Tourism, 20(3), pp. 297–317.

Stem, C.J. et al. (2003) 'Community participation in ecotourism benefits: The link to conservation practices and perspectives', Society & Natural Resources, 16(5), pp. 387–413.

Thompson, S.N. (2004) 'Community-based tourism in Kyrgyzstan', Central Asian Survey, 23(2), pp. 153–169.

Tolkach, D. and King, B. (2015) 'Strengthening community-based tourism in a new resource-based island nation', Tourism Management, 48, pp. 386–398.

Trejos, B. and Chiang, L.H. (2009) 'Local economic linkages to community-based tourism in rural Costa Rica', Singapore Journal of Tropical Geography, 30(3), pp. 373–387.

UNWTO (2023) Tourism Highlights: 2023 Edition. Madrid: World Tourism Organisation.

WCED (1987) Our Common Future. Oxford: Oxford University Press.

Zapata, M.J. et al. (2011) 'Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation?', Current Issues in Tourism, 14(8), pp. 725–749

Integrated Rural Tourism, From Theory to Practice

Todd Comen PhD

In the summer of 1999, at the dawn of the new millennium, I had the opportunity to present new ideas I was developing on the tourism practice I ultimately called Integrated Rural Tourism at the First World Congress on Rural Tourism in Perugia, Italy. Integrated Rural Tourism was envisioned as a holistic experience for visitors to rural communities which combined, when possible, experiences with nature, small scale agriculture, cultural heritage, and daily life patterns of rural community members.

The conference in Italy was organized by Prof. Adriano Ciani, (who, unfortunately passed during the early days of the Pandemic) was a seminal period in the formation of the concepts of multifunctionality (a EU construct) and rural revitalization across the European Union. The practice of Agritourismo was introduced to the delegates as a primary anchor of rural revitalization which centered on attracting visitors to experience rural ways of life while on vacation. The conference organized by Prof. Ciani and his team included visits to Agritourismo farms and lodging properties as well as presentations by Italian Government and EU leaders on recent developments in multifunctionality and State support of rural revitalization efforts.

Today, the global agritourism network (GAN) is in the development stages, with representation of agritourism practitioners, rural development advocates, university and government agents, and a broad segment of the farming and agriculture community represented from over 75 countries. The context within which agritourism takes place is still primarily a rural environment, and the supply cluster for an agritourism operation includes not only small diversified farms, but also a plethora of diverse business and technical support enterprises and NGO's which complement and support farms that are open to the public primarily for educational and experiential activities.

Following my 1999 presentation, I was fortunate to visit numerous countries on the cusp of building a rural tourism industry to deliver training for people interested in launching or supporting rural tourism in their communities. Trainings, presentations and workshops were conducted in Belarus, Poland, Romania, in the former Soviet Union, as well as in rural United States, rural Honduras, Guyana, Costa Rica, Nicaragua, and Belize. In addition, I made presentations at global and regional ecotourism conferences organized by The International Ecotourism Society and conferences organized by Martha Honey and her team at Center for Responsible and Sustainable Travel (CREST), in Grenada, Dominican Republic and Cuba, promoting the idea of weaving low impact tourism activities into the economic fabric of rural communities.

Theory underpinning Integrated Rural Tourism

Rural communities the world over face, as they did 25 years ago, unprecedented challenges such as demographic shifts, rural poverty, uneven economic development, outmigration especially of young people, high unemployment, low tax base (if any), and myriad other challenges which prevent rural communities from thriving. On the other hand, rural life patterns continue as they have for hundreds of years, with

especially small farmers trying to make ends meet to feed the growing demand for food from urban areas, but without the support structures which once contributed to the farm economy. Today a new type of economic activity is emerging and slowly growing in small pockets in the form of agritourism. This newly defined type of tourism is not new, but is now being codified and studied by university researches who are keen to support farmers and rural community members. As such, a whole ecosystem has formed around the practice of agritourism, including agritourism associations at the local, regional, national and even international level, technical assistance providers, financial institutions, government agencies, and of course universities striving to be useful to rural revitalization and support of small, diversified farmers.

The original theory I put forward in 1999 was to support linkages of individual rural enterprises with small farms as well as a host of partners dedicated to rural development and rural revitalization through tourism activities. A central theme or focus for touristic experiences were crafted to offer dynamic ways for small groups of visitors to learn about the relationships between and among entrepreneurs such as specialty food producers, food processors, crafters, artisans, guest house owners, and restaurants, to name a few.

Building a self-sustaining integrated tourism network with diverse community partners

Tourism products are a combination of tangible products and intangible experiences and the two are intertwined and non-negotiable for the customer. When a tourist is experiencing a product such as a meal or renting a kayak, they are also experiencing the service component of the interaction and transaction with a human or with a technology such as a self-serve kiosk. No matter what, the product and service define the experience and when the products and services are combined in multi-day experience in a destination, the customer leaves with interpretations and perceptions of the overall experience.

Therefore, it is imperative that destinations and tourism providers shape, manage, and deliver tangible products and intangible experiences that are targeted, intentional, and well thought out so that the customer experience is positive and memorable.

Commonly a rural tourism experience is the culmination of sound partnerships, collaborations, and effective cooperative design and delivery of the experience. Below are examples of collaboratively designed and delivered touristic experiences.

Telling the story of rural life patterns and linking small-scale agriculture to the tourism sector is the main feature of an integrated rural tourism experience. By identifying and combining the diverse aspects of a rural community into a tourism product, revenues generated from tourism receipts will disperse throughout the community, resulting in a more dynamic and resilient community atmosphere.

A rural tourism experience is an interconnected web of community and regional partners that, when combined make for a multi-day, multi-faceted guest and host experience.

Case Study: Localizing a Vermont Tour (excerpted from Destination Stewardship Council Report: Summer 2021)

A key part of good destination stewardship is to favor tour operations that support the people who live there. But does that really work in practice? And actually make money? Agritourism specialist ***Todd Comen*** *decided to give it a try in his home state of Vermont.*



Visitors have a personal encounter with a young calf, as they visit a local farm and learn about the importance of rural and agricultural communities in a strong regional food supply network. [Photo by Todd Comen]

Hypothesis: Integrated Rural Tourism Actually Works

The bundled components of an Integrated Rural Tourism experience should give visitors a sense of the unique flavor of a region – natural attractions, unique value-added agricultural enterprises, tangible and intangible cultural heritage, and the people who bring life to the visitor experience.



[Photo: “Summer at the Vermont Barn” by ‘fossiled’]

Vermont's rural landscape is home to many small farm operations that form the basis of the local food supply network – and tourist appeal.

My test area was central Vermont, a rural region within 30 miles of Burlington and Stowe, two anchor destinations in northern Vermont. Here I could design driving tours to a variety of agritourism enterprises that became the backbone of the touristic experience. For transport, I rented vans of various sizes from a locally owned company suited to the size of the group. I was both guide and driver, which provided me the opportunity to introduce all sorts of visitors to the places, farms, and people I had come to appreciate across rural Vermont.

The tours began around 9:00a.m., when I picked up guests at their hotel. The tour was designed for stops at least every 45 minutes. As tour guide, I kept up a steady discourse on the history, geology, land use, and cultural aspects of the places we passed on the way to each stop, such as views of mountain ecosystems, rushing rivers and tranquil lakes, historic covered bridges or meeting houses, and small farms or maple sugar operations.



Four tour guests pose by Lake Elmore. [Photo by Todd Comen]

The tours were typically six-to-eight-hour drives that included lunch and snacks at a historic general store or a locally owned café. Farm and specialty food entrepreneurs shared personal stories and gave personalized tours to the visitors. The visitors frequently purchased specialty gifts and food and beverage products from the businesses.

Guests paid between $150 – $250 per person for a guided, day-long tour. Meals, snacks, and wine and beer tastings were included in the total price. All-inclusive pricing ensured that visitors ate heartily and that the businesses would receive fair compensation from hosting the visitors. Donations were encouraged at historic sites where no attendant was present. Wealth from tourism was thus spread across the rural community.

Food, Glorious Food!

Initiatives to build sustainable linkages between local farmers and tourism businesses have faltered in many parts of the world, but in Vermont linkages have strengthened over the past twenty years due to support from a variety of key stakeholder

groups including state government, farmers market organizations, consumers, and interested restaurant owners and chefs.



A maple syrup producer explains the process of sugaring. [Photo by Todd Comen]

As a tour guide, food is a great way to share stories of the landscape and cultural heritage along the tour route. A stop at Rankin dairy farm, for example, sets the stage for a story of how the land was home to first-nation peoples, how the first European settlers raised sheep prior to the Civil War, and how that evolved into its current use as an organic dairy farm. Visitors could meet the farmer, pet the calves, and even try milking a cow by hand. A stop at Morse Farm Maple Sugar Works would provide an opportunity for the tour guests to meet the seventh-generation maple producer, whose tales of the evolution of maple sugaring span two hundred years and include the modern machinery currently used to make the sweet stuff everyone loves, maple syrup!

Stopping points during the Bonafide tour experience reinforced the story of regional food. Such tour operators can work with local restaurants to find out where they source their raw ingredients. The stop at Morse Farm, for instance, enabled tour guests to learn the story behind the syrup that they may have had for breakfast at their hotel. Visiting farms, food processors, and craft beverage makers that sell to restaurants where tourists have eaten demonstrate the dynamic relationships of a resilient local food system.

Urban-Rural Linkages Through Food and Agriculture

To enrich the Bonafide guest experience, tours connected visitors to the farmers and specialty food producers that supplied restaurants where visitors were inclined to dine while in the region. For example, tourists lodging at Hotel Vermont would often dine at either Juniper or Hen of the Woods, two farm-to-table restaurants in the hotel. Both restaurants have actively participated in reimagining the local and regional food system that they are a part of, including how ingredients are sourced, how food is grown, and how food is processed, delivered, stored, and even prepared.

In situations where farm-to-table partnerships are limited or non-existent, a good substitute is visiting farmers markets or specialty food stores that carry locally grown produce or locally raised meats or dairy products. Sometimes, stopping by the edge of a farm field may have to suffice to explain how the farm and its crops fit into the

economic and cultural milieu of the community. In time, the tour operator will realize that relationships with the farmers will inspire them to share their story of the farm and farm life, which in turn opens the door to expanding partnerships with the consumer and possibly restaurateurs.

Tour Operation: Lessons Learned

Business partnerships – Hotels and resorts are the conduit for customers for small tour companies. Visitors staying in primary anchor destinations are eager to explore backroads and agritourism enterprises with the assistance of an experienced guide.

Marketing partnerships – Hotel and resort employees become spokespersons for the tour operation. Familiarization trips, newsletters, and personal relationships add up to referrals, which are the lifeblood of the small tour business.

Market segments – People who enjoy exploring a rural destination include young professionals, food and beverage enthusiasts, retired explorers, seasoned photographers, landscape appreciators, and friends and families.

Community benefit – Tour design can spread the wealth from visitors. By integrating a variety of distinctive small businesses and special places you can achieve cohesive and personalized visitor experiences for specific market segments. Small farm operations with retail sections, historic cultural sites, local eateries, general stores, and craft food and beverage enterprises make up the tour experience.



A tour guest risks wet feet or worse to capture a scenic covered bridge. [Photo by Todd Comen]

Key takeaways from my three years of participant observation operating Bonafide Tours include:

1. Low start-up costs if done right; primarily variable costs rather than fixed costs.
2. Marketing is about building relationships with people who will promote the experience.
3. Partnerships need to be mutually beneficial and cooperative.
4. Pricing communicates value of the tour, so don't underprice a high-quality experience.
5. All-inclusive pricing ensured that tourist wealth was shared among rural enterprises.
6. Monitor guest satisfaction during the tour, and adapt the tour as needed with input from guests.
7. Even in a drive market such as Vermont, people appreciate guided driving tours that get off the beaten path accompanied by experts with local knowledge.
8. High ratings on a third-party review site such as Trip Advisor will help sell tour experiences!

Testing my theory of Integrated Rural Tourism demonstrated that over time, even a small tour operator can make a profit while boosting revenue streams in rural communities. Stopping at farms, maple sugar houses, general stores and cafes, and even the historic sites enabled visitors to spend money on gifts. Since the price of the tour included lunch, snacks, beverage tastings, and entrance fees, businesses visited by the tour always received revenue, achieving the goal of the theory of Integrated Rural Tourism.

The lesson for destinations seeking sustainable economic benefits? Encourage would-be entrepreneurs to diversify their income by launching small tourism enterprises like the one described here. Requirements include time, energy, customer service skills, partnerships, persistence, and a little creativity. That's it, combined with a steady stream of visitors eager to get off the beaten path and out into rural communities.

Featured Partnerships of Bonafide Tours and Expeditions

- Hotel Vermont
- Lodge at Spruce Peak
- Trapp Family Lodge and Brewery
- Boyden Winery
- Morse Farm Sugar Works
- Shelburne Vineyards
- Falls General Store
- Stowe Hard Cider
- Red Hen Baking Company
- Elmore General Store
- Lost Nation Brewing
- Rankin Family Farm
- Majestic Car Rental

РАЗДЕЛ II. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ, ПАРТНЕРСТВО И УПРАВЛЕНИЕ СЕЛЬСКИМ ТУРИЗМОМ

Роль некоммерческих организаций в развитии сельского туризма: глобальный, национальный и локальный уровни

Валерия Анатольевна Клицунова, Дарья Валерьевна Пукась

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

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

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

The role of non-profit organizations in the development of rural tourism: global, national and local levels

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

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

В последние десятилетия на мировом уровне активно обсуждаются вопросы устойчивого развития и его проявления в различных сферах деятельности. В условиях глобализации и усиления миграции населения в города возрастает внимание к развитию сельских территорий и поиску эффективных инструментов их поддержки. Одним из таких инструментов становится развитие туризма, ориентированного на использование локальных ресурсов сельской местности и сохранение культурного и природного наследия.

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

Этот вид туризма, по своей природе, гетерогенен, и затрагивает разные виды деятельности, разные сферы жизни - сельский образ жизни, сельскую природу, культурно-материальное наследие в сельской местности, а также досуг и разные виды активностей. Помимо этого, участники этого процесса - провайдеры сельского туризма - географически разбросаны и независимы. Все это делает процесс управления сельским туризмом, его координацию и развитие достаточно сложным. Традиционная иерархическая управленческая структура в данных условиях не всегда эффективна, что обусловливает необходимость поиска более гибких форм организации. В качестве таких форм выступают сетевые горизонтальные объединения. Прежде всего, к ним относятся различные некоммерческие негосударственные структуры, объединяющие людей, занимающихся схожими видами деятельности. Подобные структуры могут функционировать на разных уровнях **– глобальном, национальном и локальном**, а также взаимодействовать и интегрироваться между собой.

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

Так в ноябре 2018 года прошел 1-ый мировой конгресс по агротуризму в Больцано (Италия) на базе Европейской академии (Eurac Research).



Рисунок 1. Фото Второго мирового конгресса по агротуризму в Бользано, 2024 г.

Именно там коллеги с разных континентов начали обсуждать идею объединения компетенций, знаний и практического опыта в сфере агротуризма «под одной крышей». В сентябре 2022 года во время Международного семинара в Вермонте в США за идею создания подобной организации проголосовали все страны-участники. Как итог этого, 11 апреля 2023 года было официально объявлено о создании Глобальной сети агротуризма (Global Agritourism Network) во время онлайн-встречи, в которой участвовали представители всех континентов.

Организация быстро развивается и уже охватывает около 1400 членов из 118 стран. Уникальность этой сети состоит в том, что она объединяет представителей разных сфер деятельности, связанных с развитием туризма в сельской местности – провайдеров агротуризма, представителей туристических бизнесов (агроусадеб, гостевых домов, ферм и т.п.), исследователей и преподавателей университетов, представителей туристических агентств, местных властей, маркетинговых организаций и т.д. За несколько лет организация стала мировой площадкой для обмена опытом, которая имеет уже свой сайт www.globalagritourismnetwork.org и каждые два год проводит международную конференцию по агроутризму (очередная - в 2026

году в Шотландии), а также проводит вебинары на которых члены организации делятся своим опытом и обсуждают последние тенденции.

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

Если глобальные организации выступают скорее как площадки для нетворкинга, обмена опытом, а также изучения и формирования глобальных тенденций, то **некоммерческие организации национального уровня** играют ключевую, более прикладную роль в процессе развития сельского туризма, в отдельно взятых странах. Чаще всего они возникают по схеме «снизу-вверх» - то есть по инициативе местных сообществ, которые разделяют общие взгляды и ценности, общие цели, и объединяются по сетевому принципу. В итоге они создают национальные объединения, которые позволяют им продвигать и защищать свои интересы, формировать положительное общественное мнение, создавать национальный турпродукт, повышать его привлекательность за счет инноваций и высоких стандартов качества, и как итог, развивать социально-экономический потенциал сельской местности.

Большинство стран, развивающих сельский туризм, имеют свои национальные ассоциации. Таблица 1 дает представление о том, как этот процесс развивался в постсоциалистических и постсоветских странах. Все эти организации были очень активны в своих странах и реализовали множество проектов.

Таблица 1. Национальные ассоциации сельского туризма в постсоветских и постсоциалистических странах

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

Большинство национальных ассоциаций, развивающих сельский туризм, активно функционируют и реализуют значительное количество проектов. Это позволяет использовать данный опыт в качестве ориентира для других стран при их исследовании.

Анализ деятельности национальных ассоциаций позволяет сделать следующие выводы:

1. Правовая легализация сельского туризма и предоставление налоговых льгот придают его развитию динамичный характер. Ассоциации совместно с органами власти могут инициировать изменения в законодательстве, обеспечивающие поддержку данной категории сельских жителей. Это способствует росту числа официально зарегистрированных провайдеров, повышению качества услуг и формированию добросовестной конкурентной среды.

2. Регулирование сельского туризма в стране должно осуществляться на национальном уровне. Это особенно важно для стран с выраженной региональной автономией во избежание разночтений и введения потребителей в заблуждение.

3. Создание национальных ассоциаций на ранней стадии развития отрасли ускоряет ее развитие, при этом роль ассоциаций может являться решающей в процессе формирования правовых льгот и благоприятного общественного мнения.

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

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

Данные положения находят подтверждение в развитии сельского туризма в Беларуси, чему хочется уделить особое внимание, поскольку авторы статьи были непосредственно вовлечены в данный процесс с самого начала его возникновения. Так, опыт деятельности Белорусского общественного объединения «Отдых в деревне» (2002–2022 гг.) демонстрирует его ключевую роль в системной работе с человеческими ресурсами. Организация была создана в 2002 году, и за время своей деятельности достигла весьма значительных успехов. За 20 лет деятельности в стране появилось более 3000 усадеб, работающих быстро, эффектно и творчески (Таблица 2).

Таблица 2. Динамика развития агроусадеб в Беларуси

Источник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь

Область	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Брест-ская	4	32	75	124	151	178	199	253	296	346	343	368	388	423	434	462	429	356	282	288
Витеб-ская	5	50	157	222	322	359	401	449	502	605	606	609	601	647	670	732	699	469	186	189
Гомель-ская	5	11	31	60	131	332	358	289	228	196	180	161	156	171	182	206	188	143	122	116
Гроднен-ская	11	33	70	181	180	185	229	246	281	303	324	327	356	399	433	455	447	377	274	288
Минская	7	48	125	214	255	304	412	482	541	597	639	662	763	891	972	1054	1056	882	410	419
Могилев-ская	2	14	16	75	208	218	176	162	189	216	187	192	209	229	245	245	224	182	134	141
Всего	34	188	474	884	1247	1576	1775	1881	2037	2263	2279	2317	2473	2760	2936	3150	3043	2409	1408	1441

Беларусь стала одной из последних европейских стран, приступивших к активному развитию сельского туризма. Однако, опираясь на мировой опыт, учитывая ошибки других стран, а также используя инновационные подходы и принципы устойчивого развития, ей удалось сформировать собственный популярный и конкурентоспособный туристский продукт – «Отдых в белорусской деревне».

Государства так называемого постсоветского блока выбрали различные пути либерализации экономики для интеграции в мировую экономическую систему. После падения коммунизма страны Восточной Европы пошли по двум основным направлениям формирования рыночной экономики.

Такие страны, как Венгрия, Польша и государства Балтии, приняли западные ценности и стремились к интеграции с Европейским союзом (ЕС). Другие страны, такие как Беларусь, сохранили тесные связи с Россией. Бывшие азиатские республики – Казахстан, Узбекистан, Киргизия, Таджикистан ориентировали свои экономические отношения на Китай или на близких исламских и буддийских соседей, а также Россию.

Существуют различные сценарии, разные темпы и модели экономического и политического развития, которые отражаются и в

сфере туризма. Беларусь пошла по собственному пути, отличному от других постсоветских стран.

Беларусь – страна с переходной экономикой, толерантным населением и значительным туристическим потенциалом. Она расположена в центре территории бывшего Советского Союза и граничит с Россией, Украиной, Польшей, Литвой и Латвией. На территории страны находятся крупнейшие в Европе торфяные болота и низинные болота, а также один из самых древних лесов Европы – Национальный парк Беловежская пуща (объект программы ЮНЕСКО «Человек и биосфера»).

Леса, сельская местность, деревни, города и небольшие поселения Беларуси создают прекрасные условия для уникального туристического опыта мирового уровня. Одним из важнейших элементов этого опыта является общение с теплыми, дружелюбными и гостеприимными жителями страны. За последние десятилетия Беларусь сделала значительный шаг в развитии сельского туризма.

Сельский туризм является видом устойчивого туризма, который способствует социально-экономическому развитию регионов и сохранению природы. Он полностью соответствует концепции «зеленой экономики», которая особенно актуальна для Беларуси.

Согласно отчету ООН, сделанному для нашей страны, существует четыре ключевых фактора, способных ускорить устойчивое развитие в Беларуси:

- развитие «зеленой» экономики,
- вовлечение молодежи,
- цифровизация,
- гендерное равенство.

Все эти направления связаны с развитием сельского туризма.

Совокупность вышеперечисленных факторов свидетельствует о значительном потенциале Беларуси в развитии сельского туризма. К началу XXI века в стране существовали отдельные инициативы, которые условно можно было отнести к сельскому туризму, однако не было системности развития данной отрасли. При этом сформировались активные локальные сообщества, обладающие высоким потенциалом, но нуждающиеся в институциональной, образовательной и организационной поддержке.

Ответом на этот запрос стало создание в 2002 году региональной общественная организации «Агро- и экотуризм». Через год она была преобразована в Белорусское общественное объединение «Отдых в

деревне» «Country Escape». Организации удалось консолидировать местные сообщества, сформировать команду единомышленников и содействовать развитию социального капитала через сеть участников, разделяющих общие ценности, нормы и стандарты в сфере агро- и экотуризма.

Организация с самого начала создания продвигала интересы участников на разных уровнях, включая лоббирование интересов всей отрасли, благодаря чему сельский туризм начал развиваться очень быстро (Таблица 2). В отличие от многих европейских стран, в Беларуси никогда не существовало специальной государственной программы поддержки сельского туризма. Однако, в нашей стране был принят специальный законодательный акт - Указ Президента Республики Беларусь № 372 от 02.06.2026 г. «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь», который создал благоприятные условия для его развития – владельцы агроусадеб и ремесленники были освобождены от налогов и имели свободу в выборе направления развития своего бизнеса.

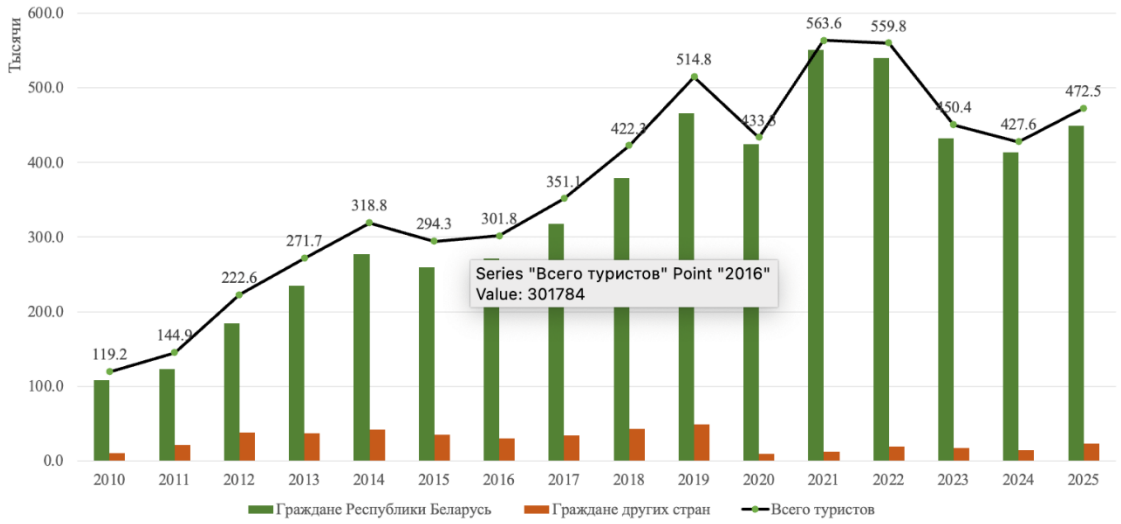
Развитие данной отрасли в стране было воспринято очень позитивно, поскольку сельский туризм можно рассматривать как ускоритель социально-экономического развития белорусской деревни:

- создание новых рабочих мест и возможностей для самозанятости,
- привлечение инвестиций в регионы,
- мультипликативный экономический эффект,
- возрождение деревень и традиций (фольклор, обряды, ремесла, традиционная кухня),
- гуманизация общества,
- сближение города и деревни,
- привлечение туристов, в том числе иностранных,
- повышение привлекательности имиджа страны,
- создание новой туристической инфраструктуры,
- переезд горожан в сельскую местность.

Люди инвестировали в бизнес собственные средства и создавали туристические продукты на основе местных традиций и свой предпочтений.

За последние 20 лет сельский туризм продемонстрировал впечатляющий рост, о котором свидетельствует большое количество туристов, посещающих белорусские агроусадьбы (Рисунок 1).

Рисунок 1. Количество туристов в белорусских агроусадьбах



Источник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь

Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне» внесло значительный вклад в этот процесс. Она не только предоставляла консультационные и образовательные услуги владельцам агроусадеб, но и объединяла людей, а также активно участвовала в формировании законодательства в этой сфере.

Ниже приведены основные показатели, демонстрирующие достижения этой национальной организации:

- 600 членов организации,
- 40 международных проектов,
- 1000 семинаров, тренингов и вебинаров,
- 10 туристических кластеров,
- 15 международных конференций,
- 10 гринвеев туристических маршрутов (от английского «greenway»),
- 100 образовательных и информационно-рекламных материалов.

Организация «Отдых в деревне» сыграла ключевую роль в либерализации законодательства, в создании специальной кредитной программы Белагропромбанка для владельцев агроусадеб, в принятии специального указа президента в 2006 году, который регулирует процесс регистрации агроусадеб и перечень предоставляемых услуг.

На начальном этапе деятельность организации была направлена на разработку стандартов и повышение качества услуг размещения в агроусадьбах. Также организация оказывала поддержку агроусадьбам

и локальным инициативам на этапах их создания и продвижения, которые в современной терминологии можно обозначить как стартапы. Кроме того, были организованы сотни тренингов, школ и стажировок в различных странах, включая Литву, Латвию, Польшу, Украину, Германию, Италию и другие.

Позднее появились и были реализованы многие инновационные проекты. В рамках этих проектов были созданы региональные туристические продукты на основе государственно-частного партнерства, такие как гринвеи (greenways), туристические кластеры, кооперативы, местные фонды и другие формы сотрудничества. Особое внимание БОО «Отдых в деревне» всегда уделяло продвижению сельского туризма

За 20 лет существования методы и инструменты продвижения услуг в сфере агроэкотуризма кардинально поменялись. В начале 2000-х хозяева в основном использовали печатные материалы, чтобы найти своего гостя: публиковались объявления в печатных СМИ, изготавливались листовки, буклеты, визитки, которые затем распространялись на местных и зарубежных выставках, конференциях и прочих мероприятиях, связанных с туризмом. С развитием Интернета росла и роль цифровых нструментов. В середине 2000-х начали появляться туристические интернет-порталы, своего рода площадки со списком туристических объектов, где можно было разместить подробную информацию о своей агроусадьбе, а рекламу самого сайта владельцы делали сами. Одним из первых подобных порталов стал ресурс www.holiday.by, который до сих пор пользуется популярностью у интернет-пользователей. Позже появились другие сайты – belkraj.by, relax.by. Более состоятельные и «продвинутые» хозяева разрабатывали собственные сайты. Также сайты, несомненно, были эффективным инструментом рекламы, однако требовал и более значительных затрат, как финансовых (плата за дизайн, хостинг, домен, SEO-продвижение и т.д.), так и трудовых – сайт необходимо постоянно обновлять и добавлять актуальную информацию. Наравне с интернет-продвижением, сохранялось и продвижение посредством распространения листовок и буклетов.

Примерно с 2010 года все большую популярность стали набирать социальные сети – VK, Facebook, Instagram, TikTok, Telegram. На данный момент они, возможно, самые популярные и относительно дешевые способы продвижения. Плюсом данного способа продвижения является то, что хозяева могут этот делать

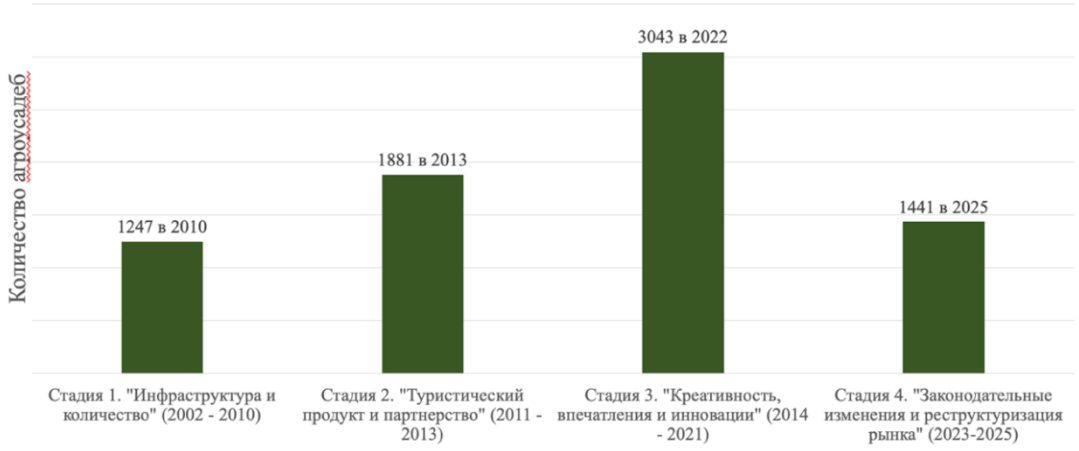
самостоятельно, получив базовые навыки по фотографированию, написанию текста, таргетированию. Интернет-порталы с базами агроусадеб по-прежнему пользуются спросом. Многие хозяева освоили и международные сервисы booking.com, Ostrovok.ru).

Сейчас выбор средств продвижения во многом определяется целевой аудиторией: молодежь и люди до 40 лет ориентируется на соцсети, аудитория постарше, до 60 лет – по запросам в интернете, а старшее поколение предпочитает печатные материалы.

Еще одним эффективным средством продвижения в агроэкотуризме Беларуси является системное сотрудничество агроусадеб с туроператорами, чего нет в других странах. Многие известные беларуские туроператоры («Виаполь», «Беларустурист», «Вокруг света» и др.) включают в свои автобусные туры посещение агроусадеб, которые готовят программу пребывания туристов на несколько часов, включающую питание, развлекательные программы, встречу с ремесленниками и производителями продуктов питания с возможностью купить их крафтовые изделия. Некоторые турфирмы («Поход в народ», «Гасцінія») разрабатывают свои туры, основываясь на предложениях агроусадеб, ремесленников, природных гидов. Этот, так называемый «крафтовый» туризм становится все более популярным. Он предполагает путешествия в небольших группах.

Анализ всех инициатив БОО «Отдых в деревне», а также деятельность ее членов и партнеров в Беларуси за последние 20 лет позволяет выделить четыре основных периода, которые различаются по приоритетным целям и направлениям проектов и инициатив (Рисунок 2).

Рисунок 2. Стадии развития агротуризма в Беларуси



Источник: составлено авторами на основе собственных исследований.

Период с 2002 по 2010 гг. связан с созданием профессиональной организации БОО «Отдых в деревне» и одновременно **развитием инфраструктуры в сельской местности**, формированием нормативно-правовой базы и увеличением количества агроэкоусадеб. В это время был разработан очень либеральный Указ Президента РБ №372 по развитию агроэкотуризма, который отражал и защищал интересы сельских жителей, решивших заниматься этим видом деятельности. Тогда же были разработаны стандарты в сфере агроэкотуризма БОО «Отдых в деревне», возникла Программа кредитования Белагропромбанка сельских жителей, решивших развивать туризм.

В период 2011-2013 гг. акцент был сделан на **формирование партнерства и создание регионального продукта**. Появились первые зеленые маршруты, кластеры, брендовые фестивали (Мотальския прысмаки, Бард-рыбалка), кооперативы.

В период 2014-2021 гг. был взят курс на **креативную экономику и впечатления**, как наиболее востребованный турпродукт. Акцент был сделан на высоком качестве человеческого капитала в нашей стране: знание традиций, творчество и мастерство хозяев усадеб. Именно эмоции и впечатления обеспечивают добавленную стоимость и ценность турпродукта.

В это время были реализованы проекты, связанные с экономикой впечатлений или креативной экономикой. Многие объекты агротуризма получили специальный знак, используемый в Беларуси «Креативное пространство», что подтолкнуло многих к дифференциации своих услуг и формированию своего лица. Появилось огромное разнообразие агроусадеб с уникальным торговым предложением: выпечка хлеба («Ганка»), варка пива («Elagma»), духовные практики и медитации (ретрит-центр Rapa Nui), музыкальные лекции и спектакли («Хутар Дудара», «Ганка»), наблюдения за животными и птицами («Заимка Лешего», где есть даже станция кольцевания птиц) и многое другое.

И период с 2023-2026 гг. можно охарактеризовать как **турбулентный и трансформационный**. Это не могло не сказаться на динамике развития агротуризма: количество усадеб уменьшилось практически в два раза. Именно в эти годы кардинально и многократно менялось законодательство в сторону ужесточения правил и увеличения налогообложения. В настоящий момент законодательство меняется в сторону либерализации. В процесс обсуждения нового

документа всё больше вовлекаются хозяева усадеб, что вызывает определенный оптимизм и веру в возрождение сельского туризма.

Деятельность в эти периоды способствовала формированию определённых тенденций, характеризующих сельский туризм в Беларуси. Среди них:

- креативность и инновации,
- экологические продукты,
- участие молодежи,
- доступность туризма,
- гастрономия,
- тематические фестивали,
- сотрудничество с туроператорами,
- продажа фермерской продукции через агроусадьбы и собственное производство продуктов.

Эти тенденции постоянно меняются: появляются новые направления, а существующие расширяются.

Пандемия COVID-19 также вызвала определённые изменения. Владельцы агроусадеб начали организовывать больше мероприятий на открытом воздухе (свадьбы, корпоративные мероприятия и т.п.). Всё больше людей предпочитают проводить отпуск в сельской местности небольшими компаниями.

В результате сформировались новые разнообразные туристические предложения в сельском туризме:

- образовательные туры на фермы,
- народные танцы и кулинарные мастер-классы,
- йога-ретриты,
- духовные практики,
- командообразующие мероприятия (тимбилдинг).

В настоящее время Беларусь переживает непростой период. Существует множество факторов (политическая ситуация, экономические проблемы, санкции и международная изоляция), которые негативно влияют на развитие сельского туризма.

Тем не менее это по-прежнему сильный сегмент туризма, который демонстрирует устойчивость к трудностям и продолжает привлекать большое количество туристов. В некотором смысле это всё ещё территория творчества и свободы.

В определённой степени сельский туризм можно считать уникальным феноменом Беларуси. Успех сельского туризма в Беларуси был настолько значительным, что Всемирная туристская

организация (UNWTO) планировала провести Всемирный саммит по сельскому туризму в Беларуси в 2020 году. Кроме того, в 2016 и 2018 годах Беларусь заняла первое место в конкурсе National Geographic award, Russia в номинации «Агротуризм», обойдя все страны. Этот вид туризма продемонстрировал впечатляющий рост среди других направлений туризма и стал успешным без значительных государственных инвестиций и масштабного продвижения.

Помимо организаций национального уровня, деятельность которых описана на примере Беларуси, большой вклад в развитие сельского туризма вносят так же **некоммерческие организации локального уровня.** Они работают на «линии соприкосновения» с туристами, формируют их впечатления и, соответственно, имидж места.

В качестве примера хочется использовать польский опыт. В Польше существует сеть очень **креативных локальных объединений - тематические деревни** (более 50). Идея их создания пришла из Австрии и Германии. Одна из таких деревень, весьма популярная и по замыслу, и по доступности затрат - «Деревня лабиринтов», созданная в 2005 - 2007 годах в районе Западной Померании на базе фермерского хозяйства при поддержке 10 сельских жителей. С 2012 года ей был присвоен статус «образовательная ферма», которые в Польше весьма востребован.

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

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

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

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

«Воложинские гостинцы» – это пример долговременного сотрудничества сельских жителей района и их партнеров, которые развивали туристические маршруты разных тематических направленностей за счет местных инвестиций, донорских программ и поддержки местных властей. Рисунок 3 демонстрирует творческое разнообразие этого туристического продукта, где сочетаются и отдых в усадьбах, и веломаршруты, и экотропы, и ремесла, и фольклор, и фермерство, и различные праздники. Именно в этом районе многие услуги адаптированы для нужд людей с особенностями.



Рис. 3 Туристический кластер «Воложинские гостинцы»

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

В заключении хочется обобщить сказанное и подчеркнуть, что некоммерческие организации в сфере сельского туризма являются наиболее эффективными инструментами его развития на всех уровнях.

1. Они помогают объединять людей, занимающихся схожим бизнесом, и придают небывалое ускорение процессу развития сельского туризма.

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

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

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

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

Библиографические ссылки

1. *Слокум С.Л., Клицунова В.А.* Развитие туризма в постсоветских странах. Пэлгрейв Макмиллан. 2020. 218 с.

2. *Пайн, Дж. И Гилмор, Дж. Х.* Добро пожаловать в экономику впечатлений. 1998. URL: https://hbr.com/1998/07/welcome-to-the-experience-economy (дата обраще- ния: 30.03.2026).

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь (Белстат). URL: https://dataportal.belstat.gov.by/osids/rubric-info/10616 (дата обращения: 31.03.2026).

From Farm Holidays to Agritourism Governance: Austria's Cooperative Model of Multifunctional Rural Development

Erika Quendler[1], Alexander Plaikner[2], Vince Magnini[3]

Abstract

This chapter explores Austria's agritourism model as a benchmark for cooperative, policy-supported rural development. It traces the evolution from informal 1950s farm accommodations to the institutionalized 'Holidays on the Farm' (HoF) association. This development highlights multi-actor networks that integrate agriculture, tourism, and regional resilience. Cultural landscapes create shared value between agriculture and tourism, while regional products strengthen sustainability through short supply chains and active landscape stewardship. Key enabling factors include layered governance (e.g., CAP Strategic Plan, LEADER), HoF's collective branding and quality systems, digital innovations (booking apps, QR trails), and cultural safeguards preserving alpine landscapes and heritage. Socio-economic benefits encompass income stabilization, job creation, and gender-balanced entrepreneurship in peripheral areas, amplified by EU programmes and global cooperation (Global Agritourism Network). By synthesizing cooperation's trajectory, enablers, and international implications, this chapter charts future pathways, especially intergenerational succession, Green Deal alignment, and interregional exchanges. Austria's experience offers transferable lessons for balancing authenticity, innovation, and sustainability in global rural transitions.

Setting the Stage: What is it about?

Austria's rural regions have been formed through a long tradition of farming and forest management. These landscapes are shaped by generations of family farming and embody a strong connection between agriculture, culture, and community life (Schermer & Kirchengast, 2006; Quendler, 2019; Niederl et al., 2021). In this context, agritourist activities represent more than a supplementary income source. Cultural landscapes have been shown to engender shared value between the agricultural and tourism sectors through the 4Ps framework of product, price, place, and

[1] Erika Quendler, Federal Institute of Agricultural Economics, Rural and Mountain Research, Vienna, Austria *corresponding author

[2] Alexander Plaikner, UMIT Tirol – Private University for Health Sciences, Medical Informatics and Technology, Hall in Tirol, Austria

[3] Vince Magnini, Longwood University, Farmville, VA, United States

promotion (Plaikner, 2025). Furthermore, regional products have been demonstrated to promote sustainability through the following mechanisms: short supply chains, landscape maintenance, and support for the local economy (Haid et al., 2024) They function as a bridge between agricultural livelihoods, tourism dynamics, and the preservation of rural heritage. The evolution of agritourism in Austria thus resonates with wider policy directions that emphasize sustainability, rural vitality, and the interlinkages between agriculture and tourism.

These national trends also unfold within the broader policy environment shaped by the European Union and international organizations. Contemporary frameworks such as the Common Agricultural Policy (CAP), the European Green Deal (EC, 2020; EC, 2022), the FAO's work on agricultural heritage systems (FAO, 2022) and the United Nations 2030 Agenda for Sustainable Development (UN, 2015) increasingly emphasise multifunctional agriculture, climate adaptation, and rural resilience. Within these agendas, agritourist activities4 have emerged as a policy-relevant interface connecting agriculture and tourism within the context of regional development. Building on these transnational orientations, Austria's rural development strategies have long reflected such principles–particularly through support for farm diversification (Schermer & Kirchengast, 2006), LEADER programmes (Liaison entre actions de développement de l'économie rurale) such as inclusive tourism (Regionalmanagement Innsbruck Land, n.d.), and initiatives that promote collaboration between the agricultural and tourism sectors at regional and local levels (Plaikner et al., 2022).

Within this policy context, Austria provides an illustrative case in the international discourse on agritourism. Over several decades, agritourist activities have evolved from informal on-farm accommodations into a nationally coordinated and quality-assured system embedded in agricultural policy, tourism governance, and regional development frameworks. This evolution is exemplified by the Holidays on the Farm model (Holidays on the Farm, n.d.), which institutionalizes agritourism through cooperative structures, collective branding, and rigorous quality standards. "*In Austria, any reference to agritourism currently refers to holidays on a farm*" (Quendler et al., 2024), while globally, the term encompasses a wider variety

[4] These activities are often run under terms, such as agrotourism, farm tourism, farm-based tourism, farm vacations, holidays on the farm, farm holidays, and rural tourism have been defined and applied in various ways. These labels are often used interchangeably with agritourism and with one another (Stotten et al., 2019; Streifeneder & Dax, 2020), although in some contexts they describe related yet distinct concepts (Streifeneder, 2016; Quendler, 2019).

of agricultural and tourism-related activities (Quendler et al., 2024). In this chapter, the term agritourist activities refers to farm-based tourism connected to active agricultural holdings.

This chapter examines Austria's agritourism experience as a model of cooperative, policy-driven rural development. It pursues three main objectives: First, to trace the historical and institutional evolution of agritourism in Austria. Second, to outline the cooperative frameworks and innovative practices that link agriculture, tourism, and regional development. And third, to situate the Austrian model within broader transnational cooperation efforts. It thereby identifies transferable lessons for sustainable rural tourism and synthesizes these insights into future perspectives and transition pathways. It concludes with recommendations for future research and opportunities for replication in other national and regional contexts.

Mapping the Path: From Informal Farm Rooms via the association HoF to the National Framework

From the 1950s onward, early forms of farm-based accommodations began to emerge. They developed particularly in mountainous regions, where small-scale family farms faced limited production alternatives and declining agricultural incomes. (Meixner et al., 2010; Hall, 1998). The concept of farm diversification has been shown to gain momentum through the establishment of collective quality standards, as well as the spillover effects from local products in tourist accommodations (Plaikner, 2025; Plaikner et al., 2022). In this context, this kind of tourism developed alongside post-war agricultural change, rising urban demand for leisure in rural and mountain areas (Gattermayer, 2006). It built on the long-standing tradition of summer retreat, known in German as 'Sommerfrische' (Gattermayer, 2006). These early farm holidays involved the informal renting of private rooms to urban visitors as a supplementary household activity rather than a distinct economic strategy (Meixner et al., 2010; Hall, 1998).

With the rise of mass tourism during the 1960s and 1970s, farm-based initiatives emerged as income supplements for family farms in peripheral regions (Embacher in Quendler, 2019). By the 1970s and 1980s, collective organization and quality coordination led to the establishment of the recognizable tourism product 'HoF'. This process of institutionalization culminated in 1991 with the founding of the national association 'HoF'. This organization established a formal framework for marketing, quality standards, and representation at the national level. (Embacher, 2003).

The integration of farm holidays into Austria's tourism system was advanced through cooperation among farmers' associations, regional tourism boards, and public authorities. These actors embedded farm-based accommodations within broader destination strategies, while preserving its connection to active farming and rural lifestyles (Niederl et al., 2021; Plaikner et al., 2022). Over time, association 'HoF' became an established actor within Austria's tourism governance. This institutionalization has been contributing to the visibility and professionalization of farm-based tourism offers. (Quendler, 2019; Embacher, 2003). Agritourist activities increasingly evolved into a deliberate diversification strategy, particularly for farms located outside major tourism centres (Quendler, 2019).

Despite the limited use of the term 'agritourism' in Austrian policy documents, the sector is reflected in national statistics. By 2020, 8,397 agricultural holdings offered tourism or recreational services (Statistics Austria, 2022), with approximately 2,300 farms organised within the association 'HoF' (Holidays on the Farm, n.d.). These figures underscore the structural relevance of agritourist activities within Austria's agricultural transformation and rural development trajectory.

Overall, the historical development of agritourist activities in Austria reflects a transition from informal, household-based accommodations towards an institutionalized and policy-supported instrument of multifunctional rural development. Its evolution illustrates how diversification into tourism has been mobilized not only to stabilize farm incomes but also to support social cohesion, cultural vitality, and landscape stewardship in rural and Alpine regions.

Unpacking the Pillars: How Cooperatives and Multi-Level Policies are an Anchor?

A defining feature of Austrian agritourist activities is its strong institutional and cooperative foundation. Rather than relying solely on market-driven dynamics, agritourist activities have been shaped by long-standing collaboration between farmer organisations, tourism authorities, and public institutions operating across local, regional, and national levels. As outlined by Quendler et al. (2024), Austria's cooperative models are of global relevance for authentic agritourism. The models align local practices with international standards through narrative reviews of enabling factors.

At the core of governance stands the association 'HoF' that is national umbrella association for 'Holidays on the Farm' (HoF). It is organised as a cooperative cluster network (BMLUK, 2020). The association 'HoF'

coordinates marketing across federal, regional, and farm levels to shape the brand image and promote farm products directly and through partnerships. It positions ‘HoF’ as the preferred choice for those seeking authentic rural life, nature, sustainability, and economic value. This collaborative cluster generates synergies with tourism (e.g., Österreich Werbung, destinations) and agriculture (e.g., Agrarmarkt Austria, Bio Austria) organizations. These synergies yield cost advantages, tailored instruments, and sustainable development for member farms and associations. Its functions extend beyond marketing to include quality assurance, training, innovation strategies, and representation. Member farms are evaluated according to standardised criteria and classified using the widely recognised “margarite” system. This system enhances transparency and comparability for visitors while reinforcing consistent quality standards across regions (Holidays on the Farm, n.d., see https://www.farmholidays.com/en/services/quality-criteria). Moreover, a centralised booking platform and coordinated marketing activities further strengthen collective visibility and reduce transaction costs for individual members. These instruments allow small, family-run farms to access national and international markets that would otherwise be difficult to reach individually (Holidays on the Farm, n.d.; BMLUK, 2020).

Agritourist activities are also embedded within multi-level, policy-driven cooperation frameworks that position farm tourism as a strategic instrument for rural development. At the national level, the CAP Strategic Plan 2023–2027 links agritourism to objectives such as income diversification, innovation, knowledge transfer, and the vitality of rural and mountain areas, which demonstrates its multifunctional role within agricultural systems (BML, 2023). These priorities align with broader European frameworks, including the European Green Deal (EC, 2020; EC, 2022) and Agenda 2030 (UN, 2015), which emphasise sustainable economic development and climate action (Streifeneder and Dax, 2020). At regional and local levels, EU rural development programmes – particularly LEADER (Liaison entre actions de développement de l'économie rurale) initiatives, e.g., inclusive tourism (Regionalmanagement Innsbruck Land, n.d.) – operationalise these policy goals through place-based governance structures. Implemented via local action groups, these programmes support infrastructure development, product innovation, and digital connectivity, and they also promote horizontal and vertical cooperation among farms, tourism organisations, municipalities, and development agencies (Streifeneder, 2016; Plaikner et al., 2022).

Overall, Austria demonstrates how farmer-led cooperative institutions, embedded in coherent multi-level policy frameworks, can stabilise agritourism over the long term. The interaction between grassroots organisation, public support, and tourism governance enables collective branding, knowledge exchange, and coordinated stakeholder engagement. These collective strategies support both farm income diversification and broader rural development processes.

Exploring Digital Frontiers: Apps and Tools Transforming Authentic Farm Stays

Innovation and digitalisation have become increasingly important as key factors for the competitiveness and sustainability of agritourism in Austria. Digitalisation serves as a key driver of innovation, supporting market access, experience design, and visitor management while preserving strong links to traditional hospitality and environmental values. In this context, smart data management has been shown to redirect visitor flows (Tamers, 2022) and strengthen agriculture-tourism collaborations via app-based systems. In the Austrian context, digital tools function primarily as complementary instruments that enhance coordination, transparency, and sustainability rather than replacing the essential face-to-face interaction between hosts and guests (Tamers, 2022). Nevertheless, innovation extends beyond technology alone. Austrian agritourism increasingly integrates agriculture with education, health, outdoor recreation, and cultural experiences. These integrative offerings respond to evolving visitor expectations and contribute to the diversification of rural economies, while cooperative structures ensure that individual initiatives align with regional development goals.

A key area of digital innovation lies in marketing and booking systems. Small-scale holdings increasingly rely on online platforms and mobile applications to enhance visibility and reduce transaction costs. Organisational interfaces such as association ‘HoF and regional destination management tools play a central role, as they offer shared digital infrastructures that bridge agriculture and tourism. Applications like Schmankerl-Navi (N.N., 2025), my-Regio.shop (my-Regio-shop, n.d.), MyZillertal app (My Zillertal, 2025), Schau aufs Land (2026) and Landlord-App, in German ‘Vermieterapp’ (Holidays on the Farm, n.d.), enable hosts to manage bookings, communicate with guests, and integrate agricultural activities with tourism services in real time. Empirical evidence from Austrian alpine destinations confirms that such digital interfaces

significantly improve farmers' coordination and operational efficiency. They also reflect younger visitors' preference for mobile booking and highlight the need for multi-channel strategies. (Tamers, 2022).

Moreover, digitalisation facilitates innovative agritourist products that combine agriculture, education, and outdoor recreation. Digital storytelling tools, interactive maps, and app-based information systems allow providers to communicate agricultural practices, regional food systems, and environmental stewardship in structured, visitor-friendly formats (see Holidays on the Farm, n.d.). These tools translate complex agricultural and sustainability knowledge into experiential tourism, positioning agritourism as an interface between production, consumption, and learning (Tamers, 2022).

An increasingly vital dimension involves smart data management to foster sustainable agriculture-tourism collaboration. Beyond mere data collection, smart data management emphasises purposeful processing and sharing to generate actionable insights for stakeholders. In Austrian destinations, digital applications yield data on visitor flows, booking patterns, and preferences, enabling improved visitor management, capacity planning, and environmental protection. Research demonstrates that app-based data can redirect visitor flows, alleviate pressure on sensitive natural areas, and achieve more balanced spatial-temporal distribution of tourism–particularly crucial in environmentally sensitive alpine landscapes. (Tamers, 2022).

Examples of ‘digital hospitality’ include app-supported farm experiences, digital guides, and QR code–based educational trails. In Austria, QR codes along farm trails, learning paths, and thematic routes deliver location-specific information on crops, organic practices, landscape features, and biodiversity. Initiatives like BIO AUSTRIA's ‘Let's Go Bio’ routes integrate QR codes to convey organic agriculture and regional food production knowledge directly at experiential sites (BIO AUSTRIA, 2026). Similarly, nature interpretation trails employ QR-supported systems to complement physical signage and enable self-guided learning (Niederösterreich Werbung, n.d.). These solutions preserve personalised host–guest relationships and at the same time increase resource efficiency and environmental protection by reducing reliance on physical infrastructure (Tamers, 2022).

Beyond QR codes, association ‘HoF’ actively promotes smartphone apps for nature education. For instance, the association ‘HoF’ (Holidays on the Farm, n.d) highlights tools like *BirdNET* (recognising bird calls via

microphone), *Flora Incognita* (identifying 4,800+ plant species from photos), *Peakfinder*, and *Pilztor* as field guides that transform walks into interactive lessons on ecosystems and biodiversity (Holidays on the Farm, n.d.). Such apps enable guests to engage with nature in an informative and sustainable way and strengthen the educational role of agritourism.

Overall, the Austrian case illustrates that innovation and digitalisation prove most effective when embedded in collaborative governance structures and aligned with sustainability objectives. Digital tools enhance not only efficiency and market access but also environmental values, educational functions, and the long-term resilience of rural tourism systems.

Revealing Heritage's Core: Landscapes and Traditions Sustained by Tourism

Austria’s cultural landscapes are a central asset for rural tourism and a direct outcome of agricultural practices such as alpine pasture management and mixed farming systems. Agritourist activities rely on the maintenance of these traditional landscapes and rural identities. Agricultural landscapes, particularly in alpine and pre-alpine regions, are widely recognised as cultural landscapes formed through centuries of small-scale farming, transhumance, and landscape management practices (Plieninger et al., 2016; Daugstad, 2008). For instance, in the Alpine West, small family holdings have historically created and sustained the mosaic of pastures, orchards, and meadows that define the cultural scenery (Quendler et al., 2024).

Tourism provides farms with vital income, which enables them to continue hands-on land stewardship. Such farm income diversification is increasingly important as climate change and associated extreme weather events prove agricultural production to be less reliable through time (Mahaliyanaarachchi et al., 2019). Moreover, cooperation between farmers and tourism bodies significantly contributes to landscape preservation and sustains the farms themselves (Plaikner et al., 2022). Consequently, agritourist activities turn farmsteads into custodians of heritage. Policy frameworks even require that any lodging or resort added to a farm remain clearly subsidiary to agriculture, ensuring that the rural setting and traditional land use remain paramount (Amt der Tiroler Landesregierung, 2022). In this way, agriculture and tourism are explicitly seen as a complementary match for preserving both the scenery and the farming way of life that give each region its character.

Agritourist experiences in Austria intentionally highlight local customs, crafts, and cuisine to reinforce regional identity. Hosts often organise or

participate in seasonal festivals and events linked to the agricultural calendar. For example, autumn (Bauernherbst) and harvest thanksgiving (Erntedank) festivals feature regional markets with local foods (pumpkins, wine, meats, baked goods) and folk music. Christmas and Carnival markets offer specialties such as dried-fruit bread (Kletzenbrot) or jam doughnuts (Krapfen), while Lent celebrations may feature Tyrolean lentil soups (Quendler et al., 2024). These events are typically run in cooperation with tourism and farming associations, precisely "*to allow visitors to experience authentic culture and customs*" of the countryside (Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, 2013).

In addition to cuisine, agritourist activities emphasise traditional handicrafts and folklore. Many farm networks encourage guests to try handicrafts (e.g. basket weaving, wool felting, carpentry) and agricultural skills (cheese- or schnaps-making) as part of their stay, *making* heritage tangible. Rustic farmhouses, folk costumes, dialects, and music become part of the tourist experience. Local farmers' markets and on-farm kitchens showcase heirloom produce (e.g., Styrian pumpkin oil, mountain cheese, or apple wine) prepared from historic recipes (Quendler et al., 2024). National programmes such as Almsommer or Bauernherbst in Salzburg similarly frame these offerings as 'authentic culture and customs' linked to agriculture (Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, 2013). Agritourism thus functions as a living museum of rural traditions, reinforcing a strong sense of place through hands-on experiences. The utilisation of regional products fosters sustainability (Haid et al., 2024) and aligns with prevailing tourism trends, while cultural landscapes generate shared value that can be further enhanced by holistic marketing approaches addressing broader range of tourist interests (Plaikner, 2025).

Overall, agritourist activities in Austria link economic diversification with the preservation of cultural landscapes and rural heritage. They achieve this by integrating tourism into agricultural practices. Agritourism strengthens regional identity through traditional land management, crafts, and gastronomy. It also ensures that cultural continuity and tourism development remain mutually supportive. Successful examples show that communities must adopt participatory governance and engage locally in order to balance authenticity and innovation. Initiatives that follow community strategies align tourism development with cultural and environmental objectives, maintain local control, and prevent commodification.

Beyond Borders: Role of EU Networks and the Global Agritourism Network

Austria's agritourist activities are embedded in broader European and cross-border development networks. Participation in European research and funding initiatives (Interreg, Horizon, COSME, etc.) connects agritourism practitioners across the Alpine and Central European region (European Union, 2024; EC, 2021; Lane & Kastenholz, 2015). Cvijanović et al. (2020) show how local foods drive sustainable development and inform cross-border agritourism strategies, thus underlining the importance of food-based cooperation within these networks. These projects enable to exchange, pilot, test, and adapt new approaches, such as sustainability assessment tools, digital marketing strategies, and experiential tourism formats, while exposing actors to alternative governance models and policy instruments from other European contexts. Rather than direct policy transfer, these processes support adaptive learning that acknowledges regional specificity and institutional diversity.

At the global level, the Global Agritourism Network (GAN) provides a worldwide platform for professionals (farmers, researchers, educators, planners, etc.) to share knowledge and build capacity in the sector (GAN, n.d.a). This global perspective raises awareness of new trends and policy debates (such as sustainable local gastronomy and heritage tourism) while reinforcing Austria's own quality standards and marketing practices. By linking local farm tourism to international agendas, Austria both influences and learns from the global agritourism community.

A key outcome of Austria's involvement in transnational cooperation has been the exchange of good practices and the adaptation of transferable tools. Cross-border partnerships have supported the dissemination of farm-stay quality standards, visitor management approaches, and marketing strategies (Quendler et al., 2024). At the same time, these experiences highlight that successful knowledge transfer requires careful consideration of national policy frameworks, institutional arrangements, and socio-cultural contexts (OECD, 2020).

Overall, Austria's agritourism model benefits from multilevel cooperation. European and global networks help align Austrian practices with broader sustainability and quality goals while still preserving regional identity. Cross-border exchange of ideas and tools continually refines Austria's governance and training, illustrating that successful agritourism development relies on cooperative learning across local, national and international levels.

Spotlighting Enablers: Lessons and Pathways for a Sustainable Future

The Austrian experience illustrates how agritourism can evolve from small-scale, informal initiatives into a structured component of rural development policy. Several enabling factors help explain the resilience and long-term success of agritourist activities in Austria.

First, cooperative governance structures play a central role. Its institutionalisation through the association 'HoF' demonstrates how coordinated marketing, quality assurance, and training support the providers in this sector. This cooperative model enables members to access tourism markets collectively and strengthens their negotiating position within broader tourism systems. At the same time, the integration into multi-level governance frameworks – including national agricultural policy and European rural development programmes – ensures financial support, strategic alignment, and long-term institutional stability.

Second, policy integration and multifunctional agriculture represent key drivers. The Austrian model has developed within a policy environment that encourages farm diversification and recognises agriculture's broader social and environmental functions. Support through the Common Agricultural Policy and national rural development strategies positions agritourism as an instrument for strengthening rural economies, maintaining agricultural landscapes, and supporting community cohesion. Studies (Plaikner, 2025; Freytag, 2023; Nussbaumer, 2020) show how strategic pricing can justify premium rates for sustainable farm experiences, while enabling fair benefit-sharing between agriculture and tourism. This integration illustrates how diversification strategies can contribute simultaneously to economic resilience and territorial development.

Third, innovation and digitalisation have expanded the sector's capacity to respond to changing visitor expectations. Digital booking platforms, mobile applications, and data-driven visitor management tools support market access, improve operational efficiency, and enhance coordination between agriculture and tourism actors. At the same time, digital tools enable new forms of experiential learning, allowing visitors to engage with agricultural production, environmental stewardship, and regional food systems. Importantly, the Austrian experience shows that digital innovation can complement rather than replace the personal host–guest relationship that characterises agritourism.

Fourth, the preservation of cultural landscapes and rural heritage remains a fundamental pillar of the sector. Agricultural practices such as

alpine pasture management maintain the landscapes that attract visitors, while agritourism activities themselves contribute to sustaining rural traditions, crafts, and culinary heritage. The mutual relationship between agriculture, tourism, and cultural identity strengthens the authenticity of the tourism experience while reinforcing regional identity and community engagement.

Finally, transnational cooperation and knowledge exchange have expanded learning opportunities and supported policy development. Participation in European programmes and international agritourism networks exposes Austrian actors to comparative experiences, alternative governance models, and innovative practices. Such exchanges facilitate adaptive learning rather than direct policy transfer, allowing regions to adjust successful approaches to their own institutional and socio-cultural contexts.

Taken together, these enabling factors highlight potential transition pathways for its future development. Important challenges include farm succession, digital transformation, climate change impacts, and shifting tourism demand toward sustainability-oriented experiences. Addressing these challenges requires continued cooperation between agricultural and tourism sectors, stronger integration with climate and sustainability policies, and sustained investment in knowledge exchange across regions and countries. Austria’s experience, therefore, illustrates how agritourist activities can contribute to broader rural transitions by linking economic diversification with environmental stewardship and social cohesion.

Drawing Key Insights: Why Austria's Model Inspires?

Austria’s experience demonstrates how agritourist activities can be embedded within broader socio-economic and policy frameworks to function as a cooperative and multifunctional instrument of sustainable regional development. Through long-term institutionalisation, strong farmer-led organisations, and supportive governance structures, they have contributed to economic diversification, cultural landscape management, and social cohesion in rural areas. Rather than remaining a niche activity, the Austrian case is closely linked to agricultural viability, regional identity, and place-based development strategies. It also contributes to ongoing international debates on defining agritourism (GAN n.d.a; Quendler et al., 2024; Quendler et al., 2026).

At the same time, the Austrian experience highlights the importance of adaptive learning, participatory approaches, and scenario-based planning in

addressing uncertainty related to climate change, demographic dynamics, and digital transformation. Structured cooperation and local participation have proven central to maintaining resilience and enabling incremental transformation over time. If properly designed, instruments such as strategic pricing and the use of regional products can support both profitability and sustainability, thereby validating Austria's integrated approach. While contextual conditions differ across regions, the Austrian case offers valuable insights for regions seeking to align environmental responsibility, community well-being, and economic sustainability in rural tourism development.

Agritourism's dynamic landscape presents a number of opportunities for future research. For example, both within the Austrian context and in many destinations around the world, sharing economy lodging platforms, such as Airbnb, are commanding increasingly large proportions of travellers' accommodation booking activities (Höfner & Rosegger, 2022). In Austria alone, Airbnb hosts served almost two million guest arrivals in 2024 (Airbnb 2024). Consequently, research is warranted to better understand how such sharing economy platforms are interfacing with agritourism-specific platforms such as 'HoF.' Understanding such interface is practically relevant because such sharing economy platforms are increasingly prevalent in rural destinations (Bosio & Naddeger, 2023).

Future research could also further explore the socio-economic impacts of agritourism at regional and community levels, particularly regarding employment, gender roles, and generational renewal in family farming. Agritourism, for instance, relies on the assumption that there will be farmers available and willing to host guests. Thus, the study of family succession is relevant to the future viability of agritourism models (Brückler et al., 2015).

Comparative studies across countries could also deepen understanding of how agritourism models adapt to different policy environments, agricultural structures, and cultural contexts. In many parts of the United States, for example, 'agritourism' does not require a farm stay. Instead, a number of municipalities define 'agritourism' as a circumstance in which members of the general public are permitted to visit a farm for a participatory activity, such as picking a pumpkin (Magnini et al., 2018). Meanwhile, GAN (n.d.b) proposes a harmonised, globally applicable understanding of agritourism that takes into account the different forms of agritourism around the world (see also Quendler et al., 2026). Therefore, such policy-centric research would support evidence-based policy design and strengthen the role of agritourism within sustainable rural development strategies.

References

Airbnb. (2024). Airbnb in Österreich: Auswirkungen auf die lokale Wirtschaft und den Wohnungsmarkt. Airbnb Newsroom. https://news.airbnb.com/de/airbnb-in-oesterreich/

Amt der Tiroler Landesregierung. (2022). Raumverträgliche Tourismusentwicklung 2030. Raumordnungsplan. Innsbruck. https://www.tirol.gv.at/fileadmin/themen/bauen-wohnen/raumordnung/downloads/Fachliche_Grundlagen/Raumvertr%C3%A4gliche_Tourismusentwicklung.pdf#:~:text=Die%20touristische%20Nebennutzung%20von%20landwirtschaftli%02chen,die%20Erwartungen%20der%20Kunden%20entt%C3%A4uschen

BIO AUSTRIA. (2026). Let's go Bio! Wander- & Radtouren in Kärnten. https://www.bio-austria.at/a/konsument/lets-go-bio-wander-radtouren-in-kaernten/

BMLUK – Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt, Klima, Regionen und Wasserwirtschaft. (2020). Der Cluster Urlaub am Bauernhof Österreich – Innovationsstrategie Urlaub am Bauernhof 2020. Wien. https://www.bmluk.gv.at/dam/jcr:0c0bfa96-4e61-4914-a7ff-47bdff38fb12/Clusterstrategie%20Urlaub%20am%20Bauernhof%20%C3%96sterreich%202020.pdf

BML – Federal Ministry of Agriculture, Forestry, Regions and Water Management. (2023). Austria's CAP Strategic Plan 2023–2027. Vienna.

Brückler, M., Quendler, E., & Resl, T. (2015). Transfer of family farm ownership to a third party. Agriculture & Forestry61(4), 249–255. DOI: 10.17707/AgricultForest.61.4.29

Cvijanović, D., Ignjatijević, S., Vapa Tankosić, J., & Cvijanović, V. (2020). Do Local Food Products Contribute to Sustainable Economic Development? Sustainability, 12(7), 2847. https://doi.org/10.3390/su12072847

Daugstad, K. (2008). Negotiating landscape in rural tourism. Annals of Tourism Research, 35(2), 402–426. https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.10.001

European Commission - EC. (2020). The European Green Deal (COM/2020/640 final). Brussels.

EC. (2021). Territorial agenda 2030: A future for all places. Publications Office of the European Union.

EC. (2022). Twenty years of Globally Important Agricultural Heritage Systems: Success stories of dynamic conservation for sustainable rural development. Brussels.

https://knowledge4policy.ec.europa.eu/publication/twenty-years-globally-important-agricultural-heritage-systems-success-stories-dynamic_en

European Union (2024). Tourism and rural development. Commission for Natural Resources. Brussels. doi: 10.2863/099682. https://case-research.eu/app/uploads/2024/06/QG0523426ENN20Tourism20and20rural20development.pdf#:~:text=

FAO (2022). GIAHS Programme Overview.

Freytag, T. (2023). Tourismus–eine Annäherung. In Landschaft und Tourismus (pp. 35-45). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Gattermayer, F. (2006). Tourismus und Landwirtschaft. Agriculture and tourism, in Alternative Strategien für die Landwirtschaft. In Darnhofer, I. H., C. Walla, C., & Wytrzens, H. K. (eds). (Wien: Facultas), 51–61.

Global Agritourism Network - GAN (n.d.a). Building a global support network for agritourism. https://globalagritourismnetwork.org/

Global Agritourism Network – GAN (n.d.b). Agritourism. https://globalagritourismnetwork.org/definition- and-values/

Haid, M., Albrecht, J. N., Tangl, P., & Plaikner, A. (2024). Regional Products and Sustainability. Sustainability, 16(2), 628. https://doi.org/10.3390/su16020628

Hall, C.M. (1998). Historical antecedents of sustainable development and ecotourism: New labels on old bottles. In: Hall C. M., Lew A. (Eds.), Sustainable tourism. A geographical perspective, Essex, Addison Wesley Longman, 13–24.

Holidays on the Farm. (n.d.). About us. https://www.urlaubambauernhof.at/en

Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? Journal of Sustainable Tourism, 23(8–9), 1133–1156. https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997

Nussbaumer, C. (2022). Power Pricing in der Hotellerie: Wie Sie mit Preis-Strategie Ihren Gewinn steigern. Kohlhammer Verlag.

Magnini, V. P., Calvert, E., & Walker, M. A. (2018). The economic and fiscal impacts of agritourism in Virginia. Virginia Tech University: Blacksurg, Virginia.

Mahaliyanaarachchi, R. M.S. Elapata, M. Esham, B.C.H. Madhuwanthi (2019). Agritourism as a sustainable adaptation option for climate change. Open Agriculture, 4, 737-742.

My-Regio.shop (n.d.). Ihrem Marktplatz für regionale Produkte aus Tirol. https://www.my-regio.shop/?srsltid=AfmBOoqQdj2-7StTpt3yOOvkek5D76e7_8C0wfNMAGTrlAzHX4WIQqTx

MyZillertal (2025). myZillertal. You only experience it here. https://www.myzillertal.at/en/

Niederl, A., Friedl, B., Gstinig, K., Janisch, D., and Kaltenegger, C. (2021). Evaluierungsprojekt Cluster Urlaub am Bauernhof. Endbericht. https://info.bml.gv.at/dam/jcr:9ea29e67-a503-4685-8f1d-78912e19be66/Endbericht_Evaluierungsprojekt_Cluster_UaB.pdf

Niederösterreich Werbung. (n.d.). Themen- und Erlebniswanderungen. https://www.niederoesterreich.at/themenwege

N.N. (2025). Schmankerl-Navi.
https://play.google.com/store/apps/details?id=at.apptimal.gvb&pli=1

Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD. (2020b). OECD tourism trends and policies 2020. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/717c0d36-en

Plaikner, A., Haid, M., Sparber, J., Iashina, T., Kayser, J., Mintah, P., et al. (2022). Tourismus trifft Landwirtschaft. Innsbruck: Endbericht an die Fördergeber: Tourismusforschungszentrum Tirol.

Plaikner, A. (2025) Valorization of Sustainably in Tourism–What is the True Value of a Cultural Landscape? 2025 TTRA International Conference; University of Massachusetts Amherst; https://hdl.handle.net/20.500.14394/57328

Pervolarakis, Z., Agapakis, A., Zidianakis, E., Katzourakis, A., Evdemon, T., Partarakis, N., ... & Stephanidis, C. (2022). A case study on supporting the preservation, valorization and sustainability of natural heritage. Heritage, 5(2), 956-971.

Plieninger, T., Bieling, C., Fagerholm, N., et al. (2016). The role of cultural ecosystem services in landscape management. *Landscape Ecology*, 31, 1449–1465. https://doi.org/10.1007/s10980-016-0373-0

Quendler, E. (2019). The position of the farm holiday in Austrian tourism. Open Agriculture 4(1):697-711. DOI:10.1515/opag-2019-0069

Quendler, E., Embacher, H., Magnini, V., Plaikner, A., & Stotten, R. (2024) Austria under the auspices of global agritourism values: a narrative literature review. Front. Sustain. Tour. 3:1513292. doi: 10.3389/frsut.2024.1513292

Quendler, E., Barbieri, C., Bhatta, K., Chase, L., Clark, A., Cormier, K. et al. (2026). A Wor(l)d of Agritourism? A Cross-national Validation of the

Global Agritourism Network's definition. *ZfTW*. https://doi.org/10.1515/tw-2025-0035

Regionalmanagement Innsbruck Land. (n.d.). Barrieren abbauen, Chancen nutzen - Inklusiver Tourismus in der Region Seefeld und Innsbruck. https://www.regio-il.at/projekte/barrieren-abbauen-chancen-nutzen-inklusiver-tourismus-in-der-region-seefeld/?

Schau aufs Land (2026). Deine App für Stellplätze am Bauernhof. Mit Regionalem Genuss statt Stellplatzgebühr. https://www.schauaufsland.com/

Schermer, M., & Kirchengast, C. (2006). Perspektiven für die Berglandwirtschaft. StudienVerlag, Innsbruck.

Statistics Austria (2022). Agrarstrukturerhebung 2020 - Land- und forstwirtschaftliche Betriebe und deren Strukturdaten (SB 1.17). https://www.statistik.at/services/tools/services/publikationen/detail/1414.

Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention (2013). Nachhaltiger Tourismus in den Alpen. Alpenzustandsbericht. Alpenkonvention. Alpensignale – Sonderserie 4. https://www.alpconv.org/fileadmin/user_upload/Publications/RSA/RSA4_DE.pdf#:~:text=steigende%20Zahl%20von%20Touristen%20im,com%2Fen

Stotten, R., Maurer, M., Hermann, H., & Schermer, M. (2019). Different forms of accommodation in agritourism: the role of decoupled farmer-based accommodation in the Ötztal Valley (Austria). Sustainability 11:10. doi: 10.3390/su11102841

Streifeneder, T. (2016). Agriculture first? Assessing European agritourism development. *Tourism Planning & Development, 13*(4), 439–456. https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1136791

Streifeneder, T., & Dax, T. (2020). Agritourism in Europe: enabling factors and current developments of sustainable on-farm tourism in rural areas. In Global Opportunities and Challenges for Rural and Mountain Tourism, eds. D. Kala, and S. C. Bagri (IGI Global), 40–58. Available at: https://www.igi-global.com/chapter/agritourism-in-europe/247766

Tamers, G. (2022). Smart Data Management: Enabling Sustainable Collaboration between agriculture and Tourism. Master Thesis. Leopold-Franzens-Universität Innsbruck. https://ulb-dok.uibk.ac.at/ulbtirolhs/content/titleinfo/7788510

United Nations – UN (2015). Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. https://undocs.org/en/A/RES/70/1

Rural Tourism as a System of Integrated Territorial Management and Rural Socio-Economic Diversification

Luan Dervishej, MSc Albanian Tourism Institute
luan.dervishej@ati.org.al

Rural tourism is increasingly understood as a system embedded within broader territorial dynamics rather than a standalone sector. This paper conceptualizes rural tourism as a system of integrated territorial management that links natural assets, agrobiodiversity, cultural landscapes, community agency, and governance structures. Drawing on evidence from rural territories in Albania and Southeast Europe, it shows how tourism contributes to rural socio-economic diversification by strengthening short value chains, enhancing territorial identity, and generating new livelihood opportunities. The analysis highlights the importance of community-driven processes, institutional coordination, and territorial branding, concluding that rural tourism becomes a driver of resilience only when supported by coherent governance and integrated planning.

1 - Introduction: Rethinking Rural Tourism Through a Territorial Lens

UNWTO defines rural tourism as a form of tourism that takes place in non-urban settings characterized by low population density, landscapes dominated by agriculture and forestry, and traditional ways of life. It encompasses a wide spectrum of experiences linked to nature, agriculture, rural culture, and local livelihoods.[5]

Rural tourism has often been framed as a niche segment of the tourism industry–typically associated with farm stays, nature-based activities, cultural visits, and community-based experiences. While relevant, these elements capture only part of its contemporary complexity. Evidence from rural territories in Albania and comparable regions shows that rural tourism functions less as a discrete set of activities and more as a territorial development system shaped by natural assets, agrobiodiversity, cultural landscapes, community agency, and governance dynamics.

In many rural areas, tourism has evolved not because of strong institutional frameworks, but despite their absence. Limited administrative

[5] UNWTO (2019), UNWTO Tourism Definitions, Madrid.

capacity, fragmented governance, and insufficient investment have left communities, entrepreneurs, and development projects to drive tourism processes with minimal institutional support. As a result, rural tourism has emerged as a bottom-up phenomenon shaped by community initiative and territorial potential, while in several territories international development projects have helped fill institutional gaps. The long-term challenge remains the institutionalization of these processes within stable local governance structures.

Rural territories possess rich and diverse forms of territorial capital–including nature, agrobiodiversity, cultural heritage, and traditional knowledge–that provide a strong foundation for tourism development. When mobilized through structured processes such as product development, value chain strengthening, and community engagement, these assets generate socioeconomic benefits and reinforce territorial identity.

However, the transformative potential of rural tourism depends on the degree to which it is integrated into broader territorial systems. Tourism initiatives that remain isolated–detached from agriculture, environment, culture, or community structures–tend to be short-lived and less impactful.

Conversely, when tourism is embedded within a framework of **integrated territorial management**, it contributes to long-term sustainability, resilience, and inclusive development[6]. This paper positions rural tourism as a system rather than a sector, emphasizing the need for holistic approaches that align territorial capital, community agency, value chains, and governance. The following section explores the components of this system in detail, drawing on lessons from rural territories in Albania to illustrate how tourism contributes to socio-economic diversification and territorial cohesion.

2 - Conceptual Foundations: Rural Tourism as an Integrated Territorial System

Traditional approaches to rural tourism–agritourism, ecotourism, cultural tourism, and community-based tourism–tend to isolate specific activities or market niches. These models assume that tourism can be developed by enhancing a single asset or supporting individual service providers. However, field experience shows that such approaches rarely lead to sustainable outcomes. When tourism is treated as a stand-alone sector, it

[6] UNWTO, Tourism for Rural Development (Madrid: UNWTO, 2020).

remains vulnerable to seasonality, market fluctuations, and fragmented governance.[7]

Territorial development theory offers a more comprehensive framework. It views rural areas as **integrated socio-ecological systems**, where land, people, institutions, and economic activities are interdependent.[8] Within this framework, rural tourism becomes a **mechanism of territorial valorisation**, transforming local resources–natural, agricultural, cultural, and social–into economic and social opportunities.

A central concept in this perspective is the **multifunctionality of rural territories**. Rural areas are not defined solely by agricultural production; they encompass landscapes, biodiversity, cultural heritage, traditional knowledge, and community identity.[9] Rural tourism leverages this multifunctionality by creating linkages between agriculture, environment, culture, and services. When these linkages are structured, tourism becomes a driver of diversification, innovation, and territorial cohesion.

Rural tourism operates as a socio-territorial system composed of interconnected forms of capital: territorial (landscapes, biodiversity, heritage), human (skills and knowledge), social (trust and cooperation), economic (enterprises and value chains), and institutional (governance structures). The effectiveness of rural tourism depends on the alignment of these forms of capital. When one element–particularly institutional capital–is weak, the system becomes fragile.[10] This has been observed in many rural territories where tourism potential is high, but governance structures remain underdeveloped.

Integrated territorial management provides the framework through which rural tourism evolves from isolated initiatives into a coherent development system. It involves coordinated planning, participatory processes, cross-sectoral partnerships, territorial branding, and adaptive management–elements that, when aligned, strengthen diversification and resilience.

[77] Lane, B. (1994). "What is Rural Tourism?" Journal of Sustainable Tourism, 2(1–2), 7–21.
[8] Ray, Christopher, "Culture Economies: A Perspective on Local Rural Development in Europe," Centre for Rural Economy Discussion Paper, University of Newcastle, 1998.
[9] OECD, *The New Rural Paradigm* (Paris: OECD Publishing, 2006).
[10] UNWTO (2020) *Tourism for Rural Development*.

3 - Territorial Capital: Nature, Agrobiodiversity, and Cultural Landscapes

Rural territories possess a unique combination of natural, agricultural, and cultural assets that form the foundation of their development potential. These assets–collectively referred to as **territorial capital**–constitute the raw material from which rural tourism systems emerge. Territorial capital is not limited to physical resources; it encompasses ecological diversity, cultural memory, traditional knowledge, and the lived practices of rural communities.[11]

Nature as a Strategic Development Asset

Natural landscapes–mountains, forests, rivers, protected areas, and agricultural mosaics–represent some of the most distinctive assets of rural territories. Nature becomes a strategic tourism asset when it is accessible, interpreted, protected, and connected to local economic activities.[12]In territories such as the Albanian Alps, Korab–Koritnik, and other mountain regions of Southeast Europe, nature-based tourism has stimulated local economies, but only when accompanied by community engagement, product development, and value chain integration.

Agrobiodiversity as Identity, Resilience, and Economic Potential

Agrobiodiversity–local varieties, traditional crops, livestock breeds, and culinary heritage–is a critical yet often undervalued component of territorial capital. It is both a cultural and economic resource that shapes territorial identity and differentiates rural destinations.[3] International movements such as Slow Food have demonstrated that local varieties, traditional food knowledge, and community-based gastronomy are powerful drivers of territorial identity and rural development.[13]

Evidence from the CABRA project in the Albanian Alps demonstrates that agrobiodiversity conservation is most effective when embedded within an integrated territorial development approach.[14] In the Albanian Alps, project surveys documented dozens of landraces, fruit cultivars, medicinal

---

[11] OECD (2006) *The New Rural Paradigm* (Paris: OECD Publishing, 2006).
[12] FAO (2019) *Agrobiodiversity: A Training Manual for Farmers* (Rome: FAO, 2019).
[13] Slow Food International (2021), Slow Food Manifesto for Quality Food and Biodiversity, Bra
[14] Dervishej,L. "An Integrated Approach to Conservation and Sustainable Use of Agrobiodiversity," Journal of Agriculture and Animal Production Science for Rural Development 8, no. 2 (2018).

and aromatic plants, and traditional livestock breeds across 53 villages. These resources form the biological and cultural backbone of the territory. Their conservation becomes a foundation for tourism experiences, short value chains, and local branding, especially when combined with market-oriented strategies that increase cultivation and use of local varieties.[15]

Regional Context: Agrobiodiversity as Shared Heritage

The patterns observed in Albania reflect broader regional dynamics across Southeast Europe, where countries share a common heritage of local varieties and traditional breeds but face similar threats such as genetic erosion, migration, and weak institutional support. This reinforces the need to treat agrobiodiversity as a territorial asset embedded in cultural landscapes and traditional knowledge systems. [7]

Cultural Landscapes as Living Heritage

Cultural landscapes represent the intersection of nature, agriculture, and human history, embodying centuries of land use and community adaptation. Recognized by UN Tourism as carriers of identity and traditional knowledge, these landscapes form the backbone of territorial distinctiveness. Tourism can support their preservation by creating economic incentives linked to traditional architecture, terraced agriculture, pastoral systems, and crafts.[16]

Interdependence of Natural, Agricultural, and Cultural Assets

Territorial capital is most powerful when its components are interconnected. Nature, agrobiodiversity, and cultural landscapes form a holistic system that defines the identity of rural territories. Tourism initiatives are most successful when they leverage this interdependence rather than focusing on a single asset.[17] This integrated approach transforms territorial capital into a coherent tourism offer capable of attracting visitors, generating income, and supporting long-term sustainability.

---

[15] Jani et al., "Landraces in Albanian Alps Area," Albanian Journal of Agricultural Sciences, Special Edition, 2017.

[16] Council of Europe, *European Landscape Convention* (Florence, 2000).

[17] Lane, B. (1994). "What is Rural Tourism?" *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1–2), 7–21.

4 - Community as the Central Actor in Territorial Tourism Systems

Rural tourism systems rely fundamentally on the engagement, capacities, and agency of local communities. While territorial capital provides the resources and institutions shape the enabling environment, it is the community that animates the system, gives meaning to place, and transforms assets into experiences.[18]Across rural territories in Albania, community involvement has consistently emerged as the most decisive factor in the sustainability and authenticity of tourism development.

4.1 Community as producer and social capital

Tourism becomes viable only when communities act as producers of experiences rather than passive recipients of external interventions. Strong community agency–supported by social capital such as trust, cooperation, and shared norms–enables collective action, coordinated services, and joint marketing, making tourism systems more resilient and aligned with local values.

4.2 Demographic change, youth migration, and social revitalization

Many rural territories in Albania face depopulation driven by youth migration toward urban centers. Young people often leave not only for economic reasons but also in search of social life, cultural activities, and peer networks. Rural tourism can counterbalance these dynamics by creating new forms of social interaction–festivals, guiding services, farm experiences, cultural workshops–that make rural life more attractive for younger generations.[19]

Tourism also enhances the wellbeing of elderly residents by creating opportunities for intergenerational exchange, storytelling, and cultural transmission, allowing older community members to contribute actively through their knowledge of traditions and local history.

4.3 Skills, capacities, and local knowledge

Community capacities–hospitality, guiding, food production, interpretation, and small business management–shape the quality and

[18] Pretty, Jules, "Social Capital and the Collective Management of Resources," *Science* 302, no. 5652 (2003): 1912–14.
[19] OECD, *Rural Well-Being: Geography of Opportunities* (Paris: OECD Publishing, 2020).

authenticity of rural tourism. Capacity building is most effective when practical and aligned with market demand, while local knowledge adds depth to experiences and reinforces territorial identity.

4.4 Community-driven product development and governance

Rural tourism products are most successful when they emerge from community initiative. Community-driven processes lead to stronger ownership, higher quality, and more equitable distribution of benefits.[20] In territories where community governance structures–formal or informal–have emerged, tourism has contributed to improved resource management, shared standards, conflict resolution, and long-term planning.

5 - Institutions and Governance: Structural Gaps and Systemic Challenges

Institutions shape the conditions under which rural tourism systems emerge and evolve. In theory, public institutions should provide strategic direction, regulatory frameworks, coordination mechanisms, and support services. In practice, rural territories in Albania often operate within fragmented governance environments characterized by overlapping mandates, inconsistent priorities, and limited coordination.[21] These governance gaps weaken the capacity of rural areas to mobilize their territorial capital and to develop coherent tourism systems.

5.1 Fragmented Institutional Landscapes

Responsibilities for agriculture, tourism, environment, culture, and local development are distributed across multiple institutions with limited cooperation, leading to duplication of efforts and weak strategic continuity. Without integrated planning and dedicated governance structures, rural destinations struggle to mobilize their assets and sustain long-term development.[22]

[20] Ray, C. (1998). *Culture Economies: A Perspective on Local Rural Development in Europe*. Centre for Rural Economy Discussion Paper. University of Newcastle.
[21] OECD, *Rural Policy 3.0* (Paris: OECD Publishing, 2018).
[22] UN Tourism, *Best Tourism Villages – Areas of Evaluation (2025)*

5.2 Absence of Dedicated Rural Development Structures

A major structural gap is the absence of specialized rural development or tourism units at the municipal level. Without such structures, local governments struggle to identify and valorise territorial assets, coordinate actors, support product development, manage visitor flows, or engage with regional and national institutions.[23] This institutional vacuum forces tourism development to rely heavily on community initiative and project support.

The CABRA project demonstrated how the establishment of local structures–tourism offices, rural development units, and protected area administrations–can significantly strengthen governance capacities.[24]T hese structures improved coordination, enhanced resource management, and supported the development of tourism products and short value chains.

5.3 Limited Capacities and Weak Cooperation

Municipalities often face limited human resources, insufficient technical expertise, and inadequate financial means. Inter-institutional cooperation is weak, characterized by siloed decision-making and minimal joint planning. Rural areas are frequently perceived as peripheral within national development agendas, resulting in lower investment priorities and insufficient integration into national tourism strategies.[25]

These challenges are not unique to Albania. The regional synthesis on agrobiodiversity in Southeast Europe highlights similar institutional weaknesses across the Western Balkans, including fragmented responsibilities, limited financial support, and insufficient policy coordination.[26] Serbia's national assessment confirms that ministries often lack the capacity to implement EU-aligned frameworks such as CAP, Natura 2000, and the EU Biodiversity Strategy.[27] This regional perspective reinforces the argument that governance challenges are structural rather than country-specific.

---

[23] OECD, *Rural Well-Being: Geography of Opportunities* (Paris: OECD Publishing, 2020).

[24] Dervishej, L."An Integrated Approach to Conservation and Sustainable Use of Agrobiodiversity," *Journal of Agriculture and Animal Production Science for Rural Development* 8, no. 2 (2018).

[25] OECD, *The New Rural Paradigm* (Paris: OECD Publishing, 2006).

[26] GIZ & SWG RRD, *Agrobiodiversity in Southeast Europe: Regional Synthesis Report* (Skopje, 2018).

[27] Dajić Stevanović & Djordjević Milošević, *Agrobiodiversity in Southeast Europe – Country Report: Serbia* (GIZ/SWG, 2018).

5.4 The Role of Projects in Filling Institutional Gaps

Development projects have played a critical role in filling institutional gaps by introducing integrated planning, strengthening community capacities, supporting product development, and promoting territorial branding. The CABRA project is a clear example of how external support can temporarily compensate for institutional weaknesses. Through its integrated approach–combining conservation, sustainable use, tourism development, and value chain strengthening–CABRA helped establish governance mechanisms that did not previously exist. These included: seed networks and breeder groups, protected area administrations, tourism information offices, local branding and certification schemes, community-based tourism structures. Yet project-driven progress remains temporary unless institutionalized within stable governance structures.[28]

6 - Rural Tourism Products as Territorial Interfaces with the Market

Tourism products represent the point of interaction between the territorial system and the market. They translate landscapes, agrobiodiversity, cultural heritage, and community practices into structured experiences that can be consumed, marketed, and monetized. Products serve as **territorial interfaces**, connecting local assets with external demand.[29]

6.1 Products as expressions of territorial identity

According to UN Tourism, rural destinations strengthen their competitiveness when tourism products are linked to local gastronomy, farmers, artisans, and innovative market access mechanisms.[30] This integration transforms tourism products into authentic expressions of territorial identity. They reflect the authenticity of local life, integrate natural and cultural elements, highlight local food systems, and incorporate community narratives. Products lacking territorial grounding tend to be less competitive and less sustainable.[31]

[28] UNWTO (2020). Tourism for Rural Development. Madrid: UNWTO.
[29] Lane, B. (1994). "What is Rural Tourism?" Journal of Sustainable Tourism, 2(1–2), 7–21.
[30] UN Tourism, *Best Tourism Villages – Areas of Evaluation* (2025).
[31] Ray, C. (1998). Culture Economies: A Perspective on Local Rural Development in Europe. Centre for Rural Economy Discussion Paper. University of Newcastle.

6.2 Types of rural tourism activities

Rural tourism encompasses a wide range of integrated activities:

- farm-based experiences
- nature-based activities
- cultural and craft workshops
- agrobiodiversity experiences
- community-led events

Food-based tourism has gained global recognition, with initiatives such as the Slow Food movement showing how gastronomy can connect visitors to local identity, agrobiodiversity, and sustainable production systems. [32] Local guides, farmers, and interpreters play a central role in delivering these experiences, transforming them into meaningful encounters that reflect the identity of the territory.[33]

6.3 Harmonization between product development and marketing

Product development and marketing must evolve together. Tourism products cannot reach their potential without structured market linkages, and marketing cannot succeed without authentic, market-ready products. Effective systems integrate product development with branding, familiarization tours, testing, and refinement.[34]

Tourism Products, Tourism Markets, and Tourism Experiences: A Territorial Perspective

Tourism development in rural territories requires a clear distinction between tourism products, markets, and experiences. Products are structured offers grounded in territorial identity; markets represent differentiated demand systems; and experiences reflect the lived encounter between visitors and the territory. Sustainable tourism emerges when these three layers are aligned.

Tourism products as structured territorial offers

A tourism product is a structured, market-ready offer that combines assets, services, infrastructure, people, and narrative into a coherent unit that

[32] Slow Food International (2019), *Food and Tourism: A Slow Food Perspective, Bra.*
[33] UNWTO (2020). Tourism for Rural Development. Madrid: UNWTO.
[34] OECD (2018). *Rural Policy 3.0.* Paris: OECD Publishing.

can be priced, marketed, and consumed.[35] In rural territories, products emerge from nature, agriculture, culture, and community practices.

Tourism markets as differentiated demand systems

Markets represent the demand side. They are not homogeneous; they consist of segments with distinct motivations. Domestic markets often prioritize food, authenticity, and short breaks, while international markets seek multi-day itineraries and nature-based experiences.[36] This makes the domestic market particularly important for short value chains.[37] Market linkage requires actors inside and outside the territory–tour operators, information centers, online platforms, and digital channels.

Tourism experiences as the lived encounter with the territory

A tourism experience is the subjective, emotional, and sensory encounter between the visitor and the territory. Experiences depend on authenticity, narrative, interaction with hosts, and the rhythm of rural life.[38] They are co-created between visitors and communities.

6.4 Products as catalysts for territorial transformation

Beyond their economic function, tourism products stimulate community cooperation, encourage preservation of landscapes and heritage, strengthen local identity, and enhance territorial visibility.[39]

7 - Short Value Chains and Rural Diversification

Short value chains are a defining feature of sustainable rural development, particularly in mountain territories where production volumes are low, distances to markets are long, and traditional varieties and breeds remain central to local identity. In such contexts, short chains–direct sales,

---

[35] Bessière, J. (1998). "Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas." Sociologia Ruralis, 38(1), 21–34.
[36] UNWTO (2020) *Tourism for Rural Development*.
[37] UNWTO,(2020) *Tourism and Rural Development*.
[38] MacCannell, Dean, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* (New York: Schocken, 1976).
[39] Ray, C. (1998). Culture Economies: A Perspective on Local Rural Development in Europe. Centre for Rural Economy Discussion Paper. University of Newcastle.

farm-to-table supply, local markets, and tourism-driven consumption–serve as engines of diversification, conservation, and territorial branding.[40]

7.1 Short Chains as Drivers of Rural Diversification

Short value chains strengthen local economies by retaining value within the territory and creating direct links between farmers, processors, tourism businesses, and consumers. In rural destinations, food becomes a primary interface between visitors and the territory, enhancing experiences while generating income for households.[41] The CABRA project demonstrated that short chains are particularly effective in mountain regions where high-value, low-volume products–such as Mishavinë cheese, Theth corn, Shala beans, Vermosh potatoes, wild fruits, teas, and MAPs–can be valorized through tourism.[42] These products gain visibility and market value when integrated into guesthouse menus, farm visits, fairs, and agrobiodiversity events.

7.2 Tourism as a Market for Local Production

Tourism plays a catalytic role in expanding short value chains. In the Albanian Alps, tourism demand created a stable and growing market for local agricultural products. Baseline surveys conducted under CABRA showed that 60% of tourist spending goes to food, making gastronomy the strongest link between tourism and agriculture.[43] Further analysis revealed that each guesthouse requires the annual output of approximately 3.5 local farms to meet food supply needs at optimal occupancy.[44] This finding underscores the structural importance of short chains: tourism cannot function without local agriculture, and agriculture gains viability through tourism.

7.3 Economic Impact of Short Chains in the Albanian Alps

Socioeconomic monitoring (2012–2018) showed significant increases in agricultural and tourism income in the Albanian Alps, with over 70% of

[40] EC-JRC, *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU* (2013).
[41] EIP-AGRI, *Innovation in Short Food Supply Chains* (2019).
[42] Dervishej, L. "An Integrated Approach to Conservation and Sustainable Use of Agrobiodiversity," *Journal of Agriculture and Animal Production Science for Rural Development* 8, no. 2 (2018).
[43] GIZ CABRA (2014). Baseline Survey.
[44] GIZ CABRA (2015) Peaks of the Balkans Tourism Survey.

revenue retained locally–confirming that short value chains are structural drivers of rural diversification.[45]

7.4 Regional Evidence from Southeast Europe

The patterns observed in Albania are consistent with regional findings across Southeast Europe. The regional synthesis on agrobiodiversity emphasizes that traditional varieties and breeds remain economically viable primarily when linked to short chains, territorial branding, and tourism-related consumption.[46] Serbia's national assessment similarly highlights that local varieties and autochthonous breeds are at risk unless integrated into market-based conservation strategies.[47] These regional insights reinforce the argument that short value chains are essential for sustaining agrobiodiversity, supporting rural livelihoods, and strengthening territorial identity.

7.5 Short Chains as Mechanisms for Conservation

Short value chains do more than generate income–they create incentives for conservation. When farmers cultivate traditional varieties or maintain local breeds because they have a reliable market, conservation becomes economically meaningful.[48] UN Tourism highlights the strong relationship between sustainable food systems, local production, and tourism, noting that gastronomy and agrobiodiversity are key drivers of rural distinctiveness. [49] The Slow Food Foundation's Ark of Taste initiative illustrates how endangered local varieties can be valorised through short value chains, culinary experiences, and tourism-based storytelling[50]. Short value chains therefore become essential mechanisms linking conservation, local livelihoods, and visitor experience.

CABRA's integrated approach demonstrated this clearly: Seed networks increased the availability of local varieties, Farmers restored and cultivated 25 traditional cultivars, Livestock breeders improved the conservation status of eight local breeds, Agrobiodiversity fairs and events

[45] GIZ CABRA (2018) Socio-Economic Survey.
[46] GIZ & SWG RRD, *Agrobiodiversity in Southeast Europe: Regional Synthesis Report* (Skopje, 2018).
[47] Dajić Stevanović & Djordjević Milošević, *Agrobiodiversity in Southeast Europe – Country Report: Serbia* (GIZ/SWG, 2018).
[48] FAO, *Agrobiodiversity: A Training Manual for Farmers* (2019).
[49] UN Tourism, *Best Tourism Villages – Areas of Evaluation (2025)*
[50] Slow Food Foundation for Biodiversity (2020), *The Ark of Taste: A Catalogue of Food Biodiversity*, Bra.

increased public awareness, Certification schemes (e.g., “Alps Product”) enhanced market value. Through these mechanisms, short chains became a bridge between conservation and sustainable use, ensuring that agrobiodiversity remained a living, productive component of territorial development.

8 - Territorial Planning, Integrated Management, and Destination Governance

Integrated resource management is the backbone of sustainable rural tourism systems. It recognizes that nature, agriculture, cultural landscapes, and tourism are not separate sectors but interdependent components of a single territorial system. When managed in isolation, rural territories experience fragmentation, inefficiency, and resource degradation; when managed holistically, they generate synergies that strengthen conservation, enhance visitor experiences, and support local livelihoods.[51]

8.1 The Need for Integrated Approaches

Mountain territories such as the Albanian Alps, Korab–Koritnik, and other high-nature-value regions of Southeast Europe require integrated approaches due to their ecological sensitivity, limited economic diversification, and strong dependence on natural and agricultural resources. Tourism development in such areas must be aligned with conservation objectives, agricultural practices, and community needs. Frameworks such as the Recreation Opportunity Spectrum (ROS) and protected area zoning illustrate how tourism planning can balance visitor use with environmental protection, ensuring that tourism contributes to long-term sustainability rather than resource pressure.[52]

8.2 Integrated Territorial Value Chains

Integrated territorial value chains connect agriculture, tourism, crafts, and local services into a coherent system that generates economic, social, and cultural benefits. In rural territories, these chains function most effectively when producers, processors, tourism businesses, and consumers are linked through short distribution channels, shared standards, and territorial branding. Evidence from mountain regions in Albania shows that

[51] OECD, *Rural Policy 3.0* (Paris: OECD Publishing, 2018).
[52] FAO (2021) *Mountain Tourism: Towards a More Sustainable Path* (Rome: FAO, 2021).

value chains become more resilient when rooted in local identity, supported by community cooperation, and aligned with tourism demand. This integration strengthens diversification, increases local value retention, and reinforces the distinctiveness of the territory.[53]

8.3 Territorial Branding and Market Positioning

Territorial branding provides the narrative framework through which rural destinations communicate their identity to markets. Effective branding emerges from the interplay of landscapes, agrobiodiversity, cultural heritage, and community practices, translating them into coherent messages and recognizable symbols. Rural territories strengthen their market positioning when branding is linked to authentic products, consistent quality standards, and meaningful visitor experiences. International experience–including models inspired by Slow Food–shows that narrative-driven promotion of local food, crafts, and cultural practices enhances visibility, differentiates destinations, and supports value chain integration.[54]

8.4 Integrated Resource Management

Integrated resource management ensures that tourism development is aligned with the ecological, agricultural, and cultural functions of rural territories. It requires coordinated planning across sectors, shared governance mechanisms, and monitoring systems that balance visitor use with conservation needs. In high-nature-value landscapes, integrated management helps prevent overuse of trails, degradation of pastures, loss of agrobiodiversity, and pressure on water resources. When institutions, communities, and tourism actors collaborate around common territorial objectives, resource management becomes a driver of sustainability rather than a constraint.

8.5 Tourism, Innovation, and Territorial Learning

Tourism stimulates innovation and territorial learning by encouraging communities to experiment with new products, services, and forms of cooperation. Through guiding, hospitality, food experiences, and cultural interpretation, rural actors develop new skills and adapt traditional knowledge to contemporary markets. Collaborative platforms–such as

[53] OECD (2018) *Rural Policy 3.0* (Paris: OECD Publishing, 2018).
[54] Slow Food International (2019) *Food and Tourism: A Slow Food Perspective* (Bra, 2019).

producer groups, tourism associations, and local action networks–facilitate knowledge exchange and strengthen collective problem-solving. When supported by institutions and value chains, these learning processes enhance the adaptive capacity of rural territories and enable continuous improvement of tourism experiences, governance practices, and local entrepreneurship.[55]

9 - Case Synthesis: Lessons from Albania's Rural Territories

Rural tourism becomes transformative only when embedded within a broader territorial system. Nature, agrobiodiversity, cultural landscapes, short value chains, and governance structures must interact coherently for tourism to generate sustainable development outcomes. Territorial systems are therefore not defined by individual assets, but by the relationships that connect them. UN Tourism frames rural tourism as a transformative force that supports territorial development, strengthens community wellbeing, and safeguards cultural and biological diversity. This perspective aligns closely with the territorial systems approach presented in this manuscript.

9.1 Territorial Systems in Mountain Regions

Mountain territories across Southeast Europe share a common configuration: high-nature-value landscapes, traditional agricultural practices, rich agrobiodiversity, and strong cultural identities.[56] These elements form the ecological and cultural backbone of rural destinations. Their interdependence means that changes in one domain–such as agriculture, tourism, or conservation–inevitably affect the others.

The Albanian Alps illustrate this dynamic clearly. Their glacial valleys, alpine pastures, forests, and protected areas form a distinctive natural system, while local varieties, livestock breeds, and traditional land-use practices create a cultural landscape that is both productive and symbolic.

9.2 Agrobiodiversity as a Territorial Asset

Agrobiodiversity plays a strategic role in shaping territorial identity and economic potential. Traditional varieties such as Theth corn, Shala beans, Vermosh potatoes, and local fruit cultivars are not only genetic resources but also cultural markers that differentiate the territory.[57] When integrated

[55] UNWTO (2020) *Tourism and Rural Development* (Madrid: UNWTO, 2020).
[56] FAO (2021) *Mountain Tourism: Towards a More Sustainable Path* (Rome: FAO, 2021).
[57] Jani et al., "Landraces in Albanian Alps Area," *Albanian Journal of Agricultural Sciences*, Special Edition, 2017.

into tourism experiences–guesthouse menus, farm visits, fairs, and storytelling–these products reinforce authenticity and strengthen the visitor's connection to place. The regional synthesis on agrobiodiversity in Southeast Europe confirms that this pattern is widespread: agrobiodiversity is a shared heritage across the Western Balkans, but its survival depends on linking conservation to economic incentives and territorial branding.

9.3 Short Value Chains as Connective Mechanisms

Short value chains serve as the connective tissue linking agriculture, tourism, and conservation. Tourism demand creates stable markets for local products, while local products enhance the quality and authenticity of tourism experiences.[58] This reciprocal relationship strengthens both sectors and increases the resilience of rural livelihoods.

Empirical evidence from the Albanian Alps shows that short chains significantly increased agricultural and tourism income, demonstrating their structural importance for rural diversification. These findings align with regional evidence showing that short chains are essential for sustaining agrobiodiversity and supporting rural economies in SEE mountain regions.[59]

9.4 Governance as a Determinant of System Performance

Governance determines how effectively territorial assets are mobilized. In the Albanian Alps, the establishment of protected area administrations, tourism information offices, and community-based structures improved coordination, enhanced resource management, and supported product development.[60]

However, governance challenges remain. Fragmented institutional responsibilities, limited municipal capacities, and weak inter-sectoral cooperation continue to constrain the potential of rural tourism systems. The regional synthesis highlights that these governance gaps are structural across Southeast Europe, affecting all countries in similar ways.[61]

[58] EC-JRC, *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU* (2013).
[59] EIP-AGRI, *Innovation in Short Food Supply Chains* (2019).
[60] UNWTO (2020_ *Tourism for Rural Development* (Madrid: UNWTO, 2020).
[61] GIZ & SWG RRD (2018) Regional Synthesis Report.

9.5 Lessons from Territorial Systems

- Integrated approaches are essential
- Agrobiodiversity is a strategic asset
- Short chains create resilience
- Governance determines sustainability
- Regional alignment strengthens impact

These lessons demonstrate that rural tourism is not an isolated sector but a territorial system requiring coordinated action across multiple domains.

Rural tourism becomes a meaningful driver of territorial development only when embedded within integrated management systems that align community agency, territorial capital, and institutional coordination.

Chapter 10 – Conclusion: Towards Integrated Territorial Approaches

Rural tourism becomes a catalyst for sustainable development when embedded within a broader territorial system. The evidence presented in this manuscript demonstrates that nature, agriculture, agrobiodiversity, cultural landscapes, and governance must be understood as interconnected components.[62] The strategic objectives outlined by UN Tourism–reducing inequalities, combating depopulation, empowering women and youth, and fostering innovation–reinforce the need for integrated territorial approaches in rural tourism.

These priorities provide a global framework that complements the evidence and lessons drawn from rural territories in Albania.

10.1 Integrated Approaches as a Foundation for Sustainability

Integrated territorial approaches recognize that rural development is shaped by ecological, economic, and social systems. Tourism cannot thrive without healthy landscapes, vibrant agriculture, and strong cultural identity. Likewise, conservation and agriculture benefit from tourism when it creates markets for local products, incentives for landscape stewardship, and opportunities for community engagement.

[62] OECD (2018) Rural Policy 3.0 (Paris: OECD Publishing, 2018).

The regional synthesis on agrobiodiversity in Southeast Europe confirms that integrated approaches are essential for safeguarding genetic resources and supporting rural livelihoods.

10.2 Agrobiodiversity as a Strategic Development Asset

Agrobiodiversity emerges as a central pillar of territorial development. Traditional varieties, local breeds, and culinary heritage are not only biological resources but also cultural and economic assets that differentiate rural destinations. When linked to tourism and short value chains, agrobiodiversity becomes a driver of identity, authenticity, and added value. Experiences from the Albanian Alps illustrate how agrobiodiversity can be mobilized through seed networks, breeder groups, local markets, and tourism experiences.

10.3 Short Value Chains as Mechanisms for Resilience

Short value chains strengthen rural economies by retaining value locally, supporting diversified livelihoods, and creating direct relationships between producers and consumers. Tourism amplifies these effects by generating stable demand for local products and reinforcing the cultural meaning of food.

10.4 Governance as the Enabling Environment

Governance determines the extent to which territorial systems can function effectively. Strengthening governance requires cross-sectoral cooperation, integrated planning, community participation, and alignment with EU policies.

Examples from the Albanian Alps show that when governance structures–such as protected area administrations, tourism offices, and community-based organizations–are strengthened, territorial systems become more coherent and sustainable.

10.5 A Way Forward for Rural Territories

- Territorial approaches are essential
- Agrobiodiversity is a strategic asset
- Short value chains create resilience
- Governance is decisive

- Regional alignment enhances impact

Rural tourism becomes truly transformative when embedded within integrated territorial systems that align community agency, territorial capital, and governance, enabling conservation, cultural revitalization, and community well-being.

BIBLIOGRAPHY

1. **Alpine Convention.** 2013. *Sustainable Tourism in the Alps: Report on the State of the Alps*. Innsbruck.
2. **Bessière, Jacinthe.** 1998. "Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas." *Sociologia Ruralis* 38(1): 21–34.
3. **CABRA.** 2015. *Biodiversity – Opportunities for People and Nature*. GIZ.
4. **Council of Europe.** 2000. *European Landscape Convention*. Florence.
5. **Dajić Stevanović, Z. and Djordjević Milošević.S.** 2018. *Agrobiodiversity in Southeast Europe – Country Report: Serbia*. GIZ & SWG RRD.
6. **Dervishej, L.** 2018. "An Integrated Approach to Conservation and Sustainable Use of Agrobiodiversity: A Case Study from CABRA/GIZ Project in Albania." *Journal of Agriculture and Animal Production Science for Rural Development* 8(2).
7. **Djordjevic Milosevic, S., J. Möllers, F. Di Marcantonio, P. Ciaian, et al.** 2021. *Best Practices and Potential of Smallholders' Participation in Short Value Chains in the Western Balkans and Turkey*. EUR 30785 EN. Publications Office of the European Union.
8. **EIP-AGRI.** 2019. *Innovation in Short Food Supply Chains: Creating Value Together*.
9. **European Commission.** 2013. *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU: A State of Play*. JRC.
10. **European Commission.** 2022. *Common Agricultural Policy 2023–2027: Strategic Plans Overview*. Brussels.
11. **EUROPARC Federation.** 2010. *European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas*.
12. **FAO.** 2019. *Agrobiodiversity: A Training Manual for Farmers*. Rome: FAO.

13. **FAO.** 2021. *Mountain Tourism: Towards a More Sustainable Path*. Rome: FAO.

14. **FAO.** 2018. *Market and Value Chain Analysis of Selected Sectors for Diversification of the Rural Economy and Women's Economic Empowerment*. Albania.

15. **GIZ.** 2015. *Agrobiodiversity – The Key to Food Security, Climate Adaptation and Resilience*.

16. **GIZ.** 2017. *Valuing Biodiversity Assets Through Ecotourism in South East Europe*.

17. **GIZ & SWG RRD.** 2018. *Agrobiodiversity in Southeast Europe: Assessment and Policy Recommendations – Regional Synthesis Report*. Skopje.

18. **ICIMOD.** 2010. *Integrated Value Chain Development as a Tool for Poverty Alleviation in Rural Mountain Areas*. Kathmandu.

19. **Jani, K., et al.** 2017. "Landraces in Albanian Alps Area: Perspectives for On-Farm Conservation and Production for Quality and Local Markets." *Albanian Journal of Agricultural Sciences*, Special Edition.

20. **MacCannell, Dean.** 1976. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken.

21. **MARD.** 2014. *Intersectorial Strategy for Agriculture and Rural Development 2014–2020*. Tirana.

22. **Mottershead, D., and J.-P. Schweitzer.** 2018. *Short Food Supply Chains*. Institute for European Environmental Policy.

23. **OECD.** 2018. *Rural Policy 3.0*. Paris: OECD Publishing.

24. **OECD.** 2020. *Rural Well-Being: Geography of Opportunities*. Paris: OECD Publishing.

25. **OECD.** 2006. *The New Rural Paradigm*. Paris: OECD Publishing.

26. **Rantasa, B., A. Stavrevska Panajotova, and A. Cule.** 2019. *Assessment of Challenges and Opportunities Related to Sustainable Tourism in the Wider Prespa Area*. CNVP.

27. **Rau, V., and L. Weihrauch.** 2017. *Valuing Biodiversity Assets Through Ecotourism in South East Europe*. GIZ.

28. **Ray, Christopher.** 1998. *Culture Economies: A Perspective on Local Rural Development in Europe*. Centre for Rural Economy Discussion Paper. University of Newcastle.

29. **Slow Food International.** 2021. *Slow Food Manifesto for Quality Food and Biodiversity*. Bra, Italy.

30. **Slow Food Foundation for Biodiversity.** 2020. *Ark of Taste*. Bra, Italy.

31. **Slow Food International.** 2019. *Food and Tourism: A Slow Food Perspective*. Bra, Italy.

32. **Springfield Centre.** 2015. *The Operational Guide for the Making Markets Work for the Poor (M4P) Approach*. 2nd ed. SDC & DFID.

33. **U.S. Forest Service.** 1986. *Recreation Opportunity Spectrum User Guide*. Washington, DC.

34. **UNIDO.** 2011. *Pro-Poor Value Chain Development: Practitioner's Guide*. Vienna.

35. **UNWTO.** 2011. *Handbook on Tourism Product Development*. Madrid: UNWTO.

36. **UNWTO.** 2013. *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. Madrid: UNWTO.

37. **UNWTO.** 2012. *Tourism and Protected Areas: Guidelines for Planning and Management*. Madrid: UNWTO.

38. **UNWTO.** 2020. *Tourism for Rural Development*. Madrid: UNWTO.

39. **UN Tourism.** 2025. *Best Tourism Villages – Areas of Evaluation*. Madrid: UN Tourism.

РАЗДЕЛ III. МЕСТНЫЕ СООБЩЕСТВА, КАДРЫ И ИНКЛЮЗИВНОСТЬ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ

Опыт развития сельского туризма на основе местных сообществ в России: Всероссийский проект образовательной программы «Акселератор сельского и экологического туризма» (case study)

Лебедева Иванна Витальевна, Президент Национальной Ассоциации сельского и экотуризма (Россия)

Сельский и экологический туризм в последние годы стали не только востребованными видами путешествий, но и важным инструментом развития сельских территорий. Одновременно, очевидна проблема, что во многих регионах существует разрыв между наличием локальных ресурсов и способностью превратить их в устойчивый туристический продукт. Территориям недостает управленческих компетенций, маркетинговых навыков, навыков проектирования, взаимодействия с партнерами, а также практических знаний о том, как вовлекать в туризм самих сельских жителей. В этих условиях Агентством развития сельских инициатив (Россия) была разработана и реализована Всероссийская акселерационная программа «Вовлечение сельского населения в развитие туризма», ставшая крупным практическим проектом поддержки сельских инициатив в сфере сельского и экологического туризма.

Концептуальная основа программы

Акселератор строился как программа комплексной поддержки локальных команд и инициатив, заинтересованных в развитии туризма на своих сельских территориях. Базовым принципом стала не внешняя «доставка» готовых решений в регион, а формирование условий, при которых сама территория начинает работать как субъект развития. Это означало, что в центре программы находились не отдельные гостиничные объекты и не разовые туристические продукты, а местные сообщества, их способность к самоорганизации, совместному действию, выработке стратегий и созданию конкурентоспособных предложений.

Организационной базой Акселератора выступила АНО «АРСИ» (Агентство развития сельских инициатив) в партнерстве с Национальной ассоциацией сельского и экотуризма, АНО «ЭкоЦентр

“Заповедники”» и RuralTour (Европейская ассоциация сельского туризма). До запуска программы нами уже был накоплен значительный опыт в сфере вовлечения сельских жителей в развитие туризма: консультирование органов власти и местного самоуправления, разработка стратегий, проведение тренингов и стажировок для власти, предпринимателей и НКО, работа с местным населением по обучению и запуску маршрутов и объектов, организация событийных мероприятий, поддержка начинающих предпринимателей, содействие созданию региональных ассоциаций и кластеров, а также долгосрочный менеджмент программ развития туризма в регионах. Именно этот практический опыт лег в основу методологии Акселератора.

Цель программы мы определили как выявление, масштабное картирование и развитие сельских инициатив в области сельского и экотуризма, а также укрепление потенциала российского туристического сектора в условиях постпандемийного периода. Важно подчеркнуть, что речь шла не о краткосрочном обучении ради обучения. Мы ставили задачу создать в регионах устойчивый контур развития: усилить управленческие компетенции участников, развить межрегиональное профессиональное сообщество, обеспечить появление новых комплексных туристических продуктов и повысить привлекательность сельских территорий для посещения. Таким образом, Акселератор изначально проектировался как механизм территориального развития, а не только как образовательный курс.

Теоретическая рамка исследования

Представленный в статье подход соотносится с рядом концепций, разработанных в области устойчивого территориального развития и туризма, основанного на местных сообществах. В частности, методология Акселератора опирается на представление о территории как активном субъекте развития, что соответствует современным подходам к «развитию на местах», где ключевым ресурсом рассматриваются локальные знания, социальный капитал и способность к самоорганизации.

Дополнительно, модель программы коррелирует с концепциями co-creation и participatory governance, предполагающими включение различных групп стейкхолдеров в процесс формирования и реализации решений. Для целей данного исследования важно рассматривать указанный подход не как общий теоретический фон, а

как аналитическую рамку для интерпретации самой модели Акселератора. В этом случае ключевым становится не просто наличие локальных туристических ресурсов, а способность территории организовывать устойчивое взаимодействие между различными группами акторов. Таким образом, в центре анализа оказывается качество кооперации между местной властью, некоммерческим сектором, жителями и локальным бизнесом.

Такой подход позволяет интерпретировать Акселератор как механизм формирования локальной управленческой коалиции, внутри которой совместное проектирование туристических решений становится частью более широкого процесса территориального развития. С этой точки зрения программа представляет интерес не только как образовательная практика, но и как инструмент повышения субъектности сельских сообществ, укрепления социального капитала и создания институциональных условий для устойчивого развития.

Методология вовлечения местных сообществ

Методологически программа опиралась на идею междисциплинарной команды как минимальной рабочей единицы развития. Мы отказались от модели, в которой сельский туризм связывается только с предпринимателем или только с администрацией. Участниками Акселератора стали региональные команды, в обязательный минимальный состав которых входили: лидер НКО или региональной команды, представитель органов местного самоуправления или региональной власти, представитель организации либо лицо, готовое взять на себя функции маркетинга и продвижения, а также местный житель, уже вовлеченный в работу с туристами – владелец гостевого дома, гид, мастер-ремесленник и др. Такая модель позволяла соединить общественную инициативу, управленческий ресурс, рыночную логику и реальный повседневный опыт жизни на территории.

Мы рекомендовали командам расширять этот состав за счет представителей особо охраняемых природных территорий, учреждений культуры и досуга, действующих и потенциальных предпринимателей, мастеров, производителей сувениров, общественных организаций, активистов и блогеров. Это расширение было для нас принципиальным: сельский туризм существует не как изолированная услуга размещения, а как территория смыслов, практик, ремесел, природы, локальной памяти и социальной

кооперации. Чем шире локальная коалиция, тем устойчивее и содержательнее формируется туристический продукт.

К участию допускались команды не менее чем из четырех человек. Каждый участник должен был представлять разные организации или объекты сельского туризма. Участие было бесплатным. География программы охватывала любой регион России; при этом инициативная группа или НКО обязаны были реально работать с жителями конкретной сельской территории. Важным организационным требованием стало подписание соглашения о партнерстве между всеми членами команды, в том числе с местной исполнительной властью. Мы сознательно вводили эту норму, поскольку она переводила намерение из неформальной договоренности в формат подтвержденного партнерства и повышала ответственность сторон.

В аналитическом плане данная модель вовлечения может быть описана как механизм управляемого формирования локальной коалиции развития. Методологическая основа включает несколько взаимосвязанных принципов: межсекторность, территориальную укорененность, совместное проектирование решений, поэтапность разработки продукта и обязательное экспертное сопровождение. Принципиально важно, что результатом такого подхода становится не только подготовка туристического предложения, но и формирование устойчивой структуры взаимодействия внутри территории. Именно поэтому в данном случае вовлечение местных сообществ следует понимать не как разовое участие жителей в проекте, а как процесс институционализации их роли в развитии территории через туризм.

Сопоставление с международными практиками

Предложенная модель имеет ряд сходств с международными программами развития сельского туризма и локальных инициатив, реализуемыми в Европе и других регионах. В частности, аналогичные подходы применяются в рамках программ LEADER в Европейском союзе, где развитие территорий строится через локальные инициативные группы (Local Action Groups), объединяющие представителей власти, бизнеса и гражданского общества.

В то же время российская модель Акселератора отличается более выраженной образовательной и методической компонентой, а также высокой степенью централизованной координации на этапе запуска. Если в европейских практиках акцент чаще делается на распределении финансовых ресурсов и долгосрочном институциональном развитии,

то в описываемом проекте ключевым элементом выступает формирование компетенций и запуск проектной активности в относительно сжатые сроки. Это различие позволяет рассматривать Акселератор как гибридную модель, сочетающую элементы обучения, проектирования и сопровождения.

Таким образом, российская модель представляет интерес не как прямой аналог европейских практик, а как адаптированная версия территориально-ориентированного подхода, реализованная в иной институциональной среде. В отличие от моделей, где устойчивость инициатив в значительной степени обеспечивается встроенностью в механизмы долговременного финансирования, в данном случае устойчивость формируется преимущественно через развитие компетенций, сопровождение и укрепление горизонтальных связей. Это позволяет рассматривать Акселератор как самостоятельную организационную модель развития сельского туризма, релевантную для территорий с ограниченным доступом к финансовым ресурсам, но с высоким потенциалом локальной самоорганизации.

Структура Акселератора и логика его реализации

Программа имела четкую последовательную структуру и включала несколько этапов: подготовительный этап, открытый образовательный этап, конкурс проектов и закрытый этап с последующей реализацией. Такая архитектура была нужна для того, чтобы связать обучение, проектирование, отбор, доработку и внедрение в единую траекторию. Мы не хотели ограничиваться вебинарами и теоретическими материалами; нам было важно, чтобы каждая команда продвигалась от понимания проблемы к созданию стратегии, затем к разработке туристического продукта и, наконец, к его тестированию и продвижению.

Подготовительный этап занял существенное место в общей конструкции проекта. До официального старта нами были разработаны сайт и проектная документация, обеспечен доступ через LMS-платформу и личные кабинеты, проведены исследования и подготовлены методические материалы. Важным шагом стали исследования потребителей сельского туризма и влияния пандемии COVID-19 на их предпочтения. Это позволило нам не строить программу на абстрактных предположениях, а учитывать реальные изменения спроса и поведения аудитории. После открытия регистрации большое значение приобрела информационная кампания.

За два месяца до старта проекта состоялась пресс-конференция на площадке РИА Новости, информация о программе распространялась через федеральные и региональные каналы, письма в органы исполнительной власти и социальные сети. Одновременно в январе 2022 года мы провели очный семинар для кураторов Акселератора из разных регионов страны, где была согласована общая методология, логика сопровождения и структура занятий.

Открытый этап: формирование общего понятийного и проектного поля.

Официальный старт открытого этапа состоялся 1 февраля 2022 года. В этот день был проведен вводный технический вебинар, посвященный структуре программы и ответам на организационные вопросы. Далее основной объем работы был выстроен в формате сочетания экспертных и рабочих сессий. Мы провели 10 экспертных сессий, 5 рабочих сессий и 3 отдельные Q&A-сессии с кураторами. Каждый экспертный модуль включал материалы для погружения в тему, вебинар продолжительностью 1–1,5 часа, успешный кейс и вопросы для обсуждения, а также тест для самостоятельной работы. Рабочие модули были ориентированы на выполнение практических домашних заданий командами до вебинара и их последующую экспертную проработку. К концу открытого этапа каждая команда, последовательно выполнявшая задания, выходила на готовый проект стратегии, который становился заявкой на первый конкурс.

Содержательно открытый этап был направлен на формирование общего профессионального языка и общего понимания того, что такое сельский туризм, основанный на местных сообществах. В тематику экспертных сессий вошли: сельский туризм силами местного сообщества; методология вовлечения сельских жителей в туризм; европейский опыт развития сельского туризма; роль ассоциаций; участие сельских НКО, ТОС и неформальных объединений; опыт сельских музеев; практики бизнеса по вовлечению местных жителей; успешные примеры развития экотуризма на российских и европейских ООПТ; адаптация сельских объектов туризма к новым требованиям и нормативам. Нам было важно, чтобы участники увидели сельский туризм одновременно как экономическую деятельность, как общественный процесс и как систему взаимодействия с природным и культурным наследием.

Рабочие сессии были построены вокруг пяти ключевых практических блоков: стратегическое планирование вовлечения сельских жителей; формирование комплексного конкурентоспособного турпродукта; продвижение сельского тура и разработка коммуникационной стратегии; взаимодействие с властью, донорами, партнерами и бизнесом, включая GR-компонент; а также основы фандрайзинга и разработка фандрайзинговой стратегии. Такой набор тем отражал нашу установку на системность. Мы не предлагали командам «придумать тур» в узком смысле. Мы помогали им научиться видеть территорию как сложную систему ресурсов, интересов, ограничений и возможностей.

По итогам открытого этапа команды получали не только знания, но и конкретный продукт: детальную стратегию вовлечения сельских жителей в развитие туризма на ближайшие два года, включающую PR-кампанию, GR-стратегию и логику привлечения ресурсов. Не менее важным результатом становились горизонтальные связи – партнеры, единомышленники, обмен опытом, включение в межрегиональное профессиональное сообщество.

Конкурсный механизм как переход от стратегии к реализации. Переходной ступенью от открытого этапа к более глубокой работе стал конкурс проектов. В нем могли участвовать только те междисциплинарные команды, которые добросовестно освоили открытый этап и выполнили все требования программы. Заявки проходили модерацию и размещались на интерактивной карте проекта. Всего было подано 76 заявок. После завершения приема стартовали экспертное и народное голосование. Цель экспертной оценки состояла в отборе 40 лучших проектов для дальнейшего сопровождения. Первоначально предполагалось, что победители экспертного голосования получат прямую финансовую поддержку на реализацию. Однако в условиях резко изменившейся внешней правовой и политической ситуации в 2022 году, а также возросших рисков, связанных с применением законодательства об иностранных агентах, было принято решение не предоставлять прямую денежную поддержку, а сосредоточить усилия на расширении методической и консультационной поддержки победителей. При этом еще 20 команд, ставших победителями народного голосования и не вошедших в число 40 лучших по версии экспертов, также получили доступ к материалам закрытого этапа и дополнительную индивидуальную консультацию профильного эксперта. Такое решение позволило нам сохранить

открытость программы и не утратить мотивированные команды, получившие поддержку аудитории.

Закрытый этап: доработка продукта и сопровождение команд. Закрытый этап был ориентирован уже не столько на стратегическое понимание, сколько на углубленную проработку туристического продукта. Его важным событием стал двухдневный очный семинар в Тульской области 23–24 апреля 2022 года, куда от каждой команды был приглашен один представитель. Все расходы на участие покрывались нами как организаторами. Далее в мае–июле 2022 года состоялись пять рабочих сессий закрытого этапа, посвященных разработке туристической программы сельской территории, финансовой модели туристического предложения, инструментам продвижения и продаж турпрограмм и турпродуктов, юридическому сопровождению деятельности, а также вопросам сервиса и клиентоориентированности. Сессии проходили в интерактивном формате с практическими заданиями в малых группах, что давало участникам возможность получать обратную связь напрямую от ведущих экспертов. Проведение этого блока стало возможным благодаря дополнительно привлеченной нами финансовой поддержке.

Содержательно закрытый этап был направлен на то, чтобы команда пришла к готовому комплексному турпредложению, прошла тест-тур своего продукта, получила обратную связь от куратора, усилила продвижение и укрепила собственную команду на территории. За каждой командой был закреплен свой куратор-эксперт. Кураторы сопровождали участников как в дистанционном формате, так и с выездом на проектные территории. До февраля 2023 года команды-победители принимали кураторов на своих площадках, проводили тест-туры и стратегические сессии для местных жителей, а также получали практические рекомендации по доработке турпродукта и маршрута. Этот персонализированный формат сопровождения оказался одним из самых результативных элементов всей программы.

Дополнительные образовательные и методические продукты. Важной частью проекта стало создание устойчивой образовательной и методической инфраструктуры. В рамках программы нами были разработаны и опубликованы методические материалы (10 брошюр), доступные более широкому кругу пользователей. В образовательном контуре программы развивалась «Академия сельского туризма», в которой были собраны материалы и исследования по ключевым

темам: нормативно-правовые основы развития сельского туризма в России, требования к гостевым домам, экотуристские тропы и маршруты, зарубежный опыт сельского и экотуризма, практики сельского и экотуризма в постковидной реальности, исследования потребителей сельского туризма в России и влияния пандемии на потребительские предпочтения, модельные пакетные решения для малого бизнеса в сфере гостеприимства, а также онлайн-курс для начинающих.

Помимо этого, в рамках расширенного сопровождения нами были разработаны и изданы восемь специализированных методических пособий: «Сельский туризм от А до Я», «Зарубежный опыт развития сельского туризма», «Успешный опыт развития экологического туризма», «Экотуризм: от идеи до отзыва», «Сельский туризм. Требования к сельскому гостевому дому», «Ремесло как бизнес. Сувениры и мастер-классы в сельском туризме», «Сельский туризм. Открываем гостевой дом», «Событийные мероприятия как инструмент продвижения сельских территорий». Были проведены два всероссийских исследования: о влиянии пандемии COVID-19 на предпочтения потребителей услуг сельского и экологического туризма и о потребителях услуг сельского туризма в России. Кроме того, участники могли пройти обучающие стажировки по сельскому туризму в Калининградской, Псковской и Ивановской областях. Уже после завершения основной фазы обучения, до начала 2024 года, продолжалась информационная и методическая поддержка победителей: с участием внешних экспертов создавались видеоролики и текстовые материалы, популяризирующие сельский туризм и продвигающие проекты в социальных сетях.

Масштаб программы и география участия

Акселератор изначально задумывался как всероссийский проект, и этот масштаб был достигнут. На промежуточном этапе в программе приняли участие 2732 человека, было сформировано 1094 региональных команд, география охватила 81 субъект Российской Федерации, а суммарное число просмотров вебинаров достигло 30000. Даже эти цифры показывали, что запрос на профессиональную поддержку сельских инициатив значительно выше, чем принято предполагать. Особенно важно, что программа не замкнулась на нескольких пилотных территориях, а сформировала широкое межрегиональное поле обмена практиками. В Центральном

федеральном округе наиболее активными стали Московская область, Калужская, Воронежская, Рязанская, Ярославская и Тульская области, однако участие было распределено по широкой сети регионов.

Анализ эффективности программы и методологические основания оценки эффективности

Оценка эффективности программы в данном исследовании основывается на сочетании количественных и качественных показателей и строится на трех уровнях анализа: индивидуальном, командном и территориальном. На индивидуальном уровне учитываются изменения в компетенциях участников, прежде всего переход от фрагментарного представления о туризме к системному пониманию его как инструмента территориального развития. На командном уровне анализируется степень сформированности межсекторного взаимодействия: распределение ролей, устойчивость партнерства, способность к совместной разработке и продвижению решений. На территориальном уровне оцениваются появление новых туристических продуктов, расширение локальной кооперации, вовлечение новых групп жителей и запуск сопутствующей экономической активности.

С методологической точки зрения результаты программы целесообразно интерпретировать в логике последовательности «инструменты – промежуточные эффекты – потенциальные долгосрочные эффекты». К числу непосредственных инструментов относятся обучение, разработка стратегий, создание методических материалов и формирование команд. К промежуточным эффектам относятся запуск проектов, укрепление партнерств, появление новых форм кооперации и повышение качества локального проектирования. Потенциальные долгосрочные эффекты связаны с экономической устойчивостью сельских территорий, сохранением культурного наследия и укреплением локальной субъектности. Временные рамки исследования позволяют в достаточной степени судить о выходах и части промежуточных эффектов, однако не дают основания для окончательных выводов о долгосрочном воздействии программы.

Оценивая результаты программы, мы считаем принципиально важным смотреть не только на число заявок или участников, но и на те реальные изменения, которые произошли на территориях. Несмотря на то, что в рамках проекта в конечном счете не удалось предоставить прямую финансовую поддержку региональным инициативам

сельского экотуризма, Акселератор показал высокую практическую результативность. За несколько месяцев его работы было запущено более 40 новых туристических проектов на сельских территориях. Это означало не просто появление новых маршрутов, но и создание дополнительных рабочих мест, расширение возможностей для малого бизнеса, включение в экономику ремесленников, владельцев гостевых домов, гидов, производителей сувениров и других местных жителей.

Не менее значимым результатом стало то, что многие проекты стали для сельских территорий формой актуализации и сохранения культурных традиций. Туризм в данном случае выступил не как внешняя эксплуатация локальной культуры, а как способ ее нового прочтения, передачи и экономической поддержки. Для части сельских жителей участие в программе стало точкой перехода от разрозненной хозяйственной активности к осмысленной работе с наследием своей территории, с ее культурным кодом, природной спецификой и образом жизни.

Отдельно следует отметить устойчивость проектов, развивавшихся в рамках Акселератора. Они формировались в условиях сложной политической, экономической и психологической обстановки и тем не менее показали свою востребованность. Это обстоятельство, на наш взгляд, является одним из сильнейших аргументов в пользу самой модели. Если проект, созданный на основе кооперации местных жителей, профессионального сопровождения и пошаговой методики, выдерживает внешнюю нестабильность, значит, он обладает более высокой внутренней устойчивостью, чем инициативы, построенные только на субсидии или на энтузиазме отдельного лидера.

Следует учитывать, что количественные показатели участия различаются в зависимости от этапа наблюдения: промежуточные данные фиксируют параметры вовлечения на отдельных стадиях реализации программы, тогда как итоговые показатели отражают расширенный контур участников и аудитории с учетом последующей методической и информационной поддержки. За время реализации программы существенно выросло и само профессиональное сообщество людей, занятых развитием сельского туризма. Усилилось сетевое взаимодействие между регионами, расширились горизонтальные связи, возникли новые партнерства. По итоговым данным программы число зарегистрированных участников достигло 4000 человек из 81 субъекта Российской Федерации, а суммарное число просмотров видеозаписей образовательных вебинаров и

методических материалов превысило 50 тысяч. Эти показатели важны не только количественно. Они показывают, что вокруг сельского туризма в России существует широкое поле заинтересованных акторов, готовых учиться, обмениваться практиками и включаться в совместную работу.

Фактически Акселератор подтвердил, что даже в условиях ограниченных ресурсов возможно создавать результативные механизмы развития сельских территорий, если сочетать несколько элементов: работающую методологию, междисциплинарную команду, поэтапное сопровождение, доступ к экспертам, очные и дистанционные форматы взаимодействия, а также длительную постпрограммную поддержку. Именно совокупность этих компонентов, а не какой-то один из них, обеспечила достигнутый эффект.

Ограничения и риски реализации модели

Несмотря на достигнутые результаты, представленный опыт имеет ряд ограничений, которые важно учитывать при масштабировании и тиражировании модели. Во-первых, значительная часть эффектов Акселератора зависит от уровня мотивации и компетенций конкретных команд. В условиях слабого локального лидерства или низкой вовлеченности участников эффективность программы может существенно снижаться.

Во-вторых, отсутствие прямой финансовой поддержки на этапе реализации проектов ограничивает скорость их развития и устойчивость, особенно в экономически уязвимых территориях. В ряде случаев это может приводить к тому, что разработанные стратегии не переходят в полноценную фазу внедрения без дополнительных источников финансирования.

Наконец, важным риском остается институциональная нестабильность внешней среды, включая изменения нормативно-правовой базы и условий работы некоммерческого сектора. Эти факторы могут оказывать существенное влияние на долгосрочную устойчивость сформированных инициатив и требуют учета при разработке аналогичных программ в будущем.

Кроме того, ограничения связаны и с исследовательским дизайном данной статьи. Представленный анализ опирается преимущественно на материалы реализации программы, наблюдения организаторов, данные сопровождения команд и обратную связь участников. Это обеспечивает высокую практическую достоверность описания, но

одновременно ограничивает возможности строгого сопоставительного анализа с контрольными группами в измерении долгосрочных эффектов программы. Однако, ввиду изменившейся политической и социально-экономической ситуации в стране после 2022 года, выполнить данный анализ долгосрочных эффектов не представляется возможным, он не будет статистически корректным. Таким образом, это остается перспективным направлением дальнейших исследований: оценка устойчивости созданных инициатив во времени, их влияния на локальные экономики, сохранение культурного наследия и формирование новых моделей социальной кооперации.

Заключение

Проведённый анализ позволяет уточнить место сельского туризма в системе развития сельских территорий, смещая его интерпретацию от отраслевого направления к инструменту территориальной трансформации. Принципиальным становится отказ от рассмотрения отдельных туристических продуктов как самостоятельного результата и переход к анализу процессов формирования локальных связей, практик взаимодействия и механизмов самоорганизации на уровне сообщества.

Опыт реализации акселерационной программы показывает, что устойчивые изменения возникают не в результате прямого внедрения решений, а через формирование межсекторных конфигураций, способных к самостоятельному развитию. Подобные программы необходимо рассматривать как форму институциональной настройки локального уровня, где обучение, проектная деятельность и экспертное сопровождение выступают как единый механизм формирования устойчивых практик развития. Такой подход расширяет представления об инструментах поддержки сельских территорий, включая в них процессы формирования субъектности и кооперации.

В этом контексте сельский туризм выступает не как конечная цель, а как среда, в которой проявляются и закрепляются процессы территориального развития. Данная интерпретация позволяет рассматривать подобные модели для применения в странах с сопоставимой структурой сельских территорий, включая страны Центральной Азии, где развитие локальных сообществ, горизонтальных связей и механизмов самоорганизации также является ключевым условием устойчивого развития.

Примеры новых 20 региональных турпроектов, сформированных в рамках Акселератора:

1. «Греза Хутор» – Калининградская область
2. «Ильмень» – Новгородская область
3. «Агротуризм 54» – Новосибирская область
4. «Жили-были рыбаки» – Астраханская область
5. «#ЗакатыКрошнозеро» – Республика Карелия
6. «АулДаЯл» – Республика Татарстан
7. «Земля Лугуя» – Ямал
8. «Волосово близко» – Ленинградская область
9. «Люди и горы» – Алтайский край
10. «Алга аулга» – Челябинская область
11. «Мой Кармадон» – Республика Северная Осетия (Алания)
12. «Печорская сторона» – Псковская область
13. «Дорога мастеров» – Республика Алтай
14. «Башкирские каникулы» – Республика Башкортостан
15. «Республика Зуша» – Орловская область
16. «Сокровища Земли Тре» – Мурманская область
17. «Территория гостеприимства Рогачиха» – Вологодская область
18. «Усть-Цилемская Горка» – Республика Коми
19. «TudaGo» – Приморский край
20. «Чудеса Земли Ольхонской» – Иркутская область

Источники:

1. «Итоги социально значимого проекта «Акселератор инициатив сельского и экотуризма в пост-COVID реальности» 2021–2023 год /И.В. Лебедева, С.Л. Копылова, В.В. Кульнев, В.А. Гнип – Москва: АНО «АРСИ», 2023. – 95 с.

2. «Каталог маршрутов сельского туризма», АНО «Агентство развития сельских инициатив» в рамках проекта Всероссийского Акселератора по развитию сельского и экологического туризма, 2023

Практика подготовки в Белорусском государственном университете туристских кадров для агроэкотуризма

Гайдукевич Леонид Михайлович[63]

Целью исследования является изучение опыта сотрудничества учебного заведения с агросектором республики по практической подготовке специалистов в сфере агроэкотуризма. Показана специфика организации учебного процесса по специализации «Менеджмент агро- и экологического туризма». Проанализированы успешные практики по формированию новых инновационных продуктов в белорусских агроусадьбах с учетом историко-культурного наследия регионов и традиций местного населения. Выделены специфические формы и инструментарий такого сотрудничества.

Ключевые слова: агроэкотуризм; сельский туризм; туристический продукт; учебные программы; дипломный проект.

The Practice of Training Tourist Personnel for Agroecotourism at Belarusian State University

L. M. Gaidukevich, *Belarusian State University, 4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk, 220030, Belarus, lgaidukevich@mail.ru*

The aim of the research is to study the experience of collaboration between an educational institution and the agricultural sector of the republic in the practical training of specialists in the field of agroecotourism. The specifics of organizing the educational process for the specialization "Management of Agro- and Ecotourism" are shown. Successful practices in developing new innovative products in Belarusian agricultural estates are analyzed, taking into account the historical and cultural heritage of the regions and the traditions of the local population. Specific forms and tools of such cooperation are highlighted.

Keywords: agroecotourism; rural tourism; tourist product; educational programs; diploma project.

[63] Гайдукевич Леонид Михайлович – профессор, доктор исторических наук, профессор кафедры международного туризма и гостеприимства факультета международных отношений Белорусского государственного университета (Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, lgaidukevich@mail.ru).

В Беларуси, в период социалистического строительства, монополия государства в сельскохозяйственном секторе была полной, хотя формально в колхозных хозяйствах основные производственные фонды принадлежали членам этой организации. Такая структура производства создала сильные межличностные связи в социуме и выработала особенный менталитет сельских жителей. После распада Советского Союза перед белорусской деревней, как, впрочем, и перед обществом в целом, остро встал вопрос реформирования сельскохозяйственного производства. Стало понятно, что предыдущий уклад жизни сельчанина ушёл в прошлое, а впереди была неопределённость. Более того, в 1990-е годы, в условиях всеобщего социально-экономического кризиса, усилились и негативные демографические тенденции на селе – молодёжь стала массово покидать деревню в поисках трудоустройства в городах.

Суммируя краткий анализ развития агроэкотуризма в Беларуси в новейший период необходимо отметить, что агроэкотуризм «разбудил» творческую инициативу местного населения на селе, которую грамотно поддержало государство, и данная синергия вывела организацию внутреннего туризма на качественно иной уровень. В 2023 году на агроусадьбах республики отдохнуло более 450 тысяч человек, 96 процентов которых являлись гражданами Беларуси. Данное направление во внутреннем туризме реанимировало так же у местного агрария чувство рачительного хозяина, демонстрируя обществу социально-ответственный подход к его развитию.

Наблюдая положительную динамику развития агроэкотуризма (в 2006 году в республике было лишь 34 агроусадьбы, в 2010 году – 1247, в 2023 году – 2409 агроусадьб, в 2025 году функционировало 1,4 тыс. агроусадьб - 64), его общественную востребованность и наличие правовых гарантий, в семьях владельцев агроусадеб появилась заинтересованность у их детей в продолжении родительского дела. Главное, в настоящее время, не отбить охоту у молодежи и поддержать их усилия, что бесспорно придаст импульс в развитии агроэкотуризма в белорусской деревне. [1, с. 42-43; 2]

Подготовка в университете специалистов для сферы агроэкотуризма была обусловлена следующей необходимостью: повышения профессиональной квалификации организаторов

[64] Примечание. Снижение количества усадеб произошло из-за перерегистрации и ужесточения требований, выраженных в подтверждении своей деятельности в соответствии с новыми нормативными документами.

агроэкотуризма; научного обеспечения государственно-частного партнерства в сфере развития агроэкотуризма; вовлечение молодежи в развитие малого и среднего бизнеса на селе; эффективного продвижения турпродукта агроэкоусадеб на внутренний и международный рынок. [1, с. 40-43]

Белорусский государственный университет является ведущим учебно-научным центром Республики Беларусь, в котором обучается более 25 тысяч студентов и магистратов. Сегодня каждая третья докторская и четвёртая кандидатская диссертация в республике защищается в университете, университет входит в список 25 вузов-партнёров Министерства образования Китайской народной республики. В университете обучаются 5744 иностранных студентов из 51 страны, в том числе 3,8 тысяч граждан Поднебесной. [3, с. 1]

В учебном заведении постоянно ведётся модернизация структуры специальностей, только за последние два года открыто 25 новых специальностей, 23 из которых - уникальные. В БГУ создают уникальную продукцию: наноспутники, лекарственные препараты, программное обеспечение и робототехнику [3, 4, с.1]

Факультет международных отношений Белорусского государственного университета - относительно молодое структурное подразделение университета, и его появление непосредственно связано со становлением суверенного молодого Белорусского государства. В октябре 2025 года факультету исполнилось 30 лет, однако уже сейчас более 10 тысяч выпускников факультета трудятся в различных областях хозяйственного комплекса страны и зарубежом. [5, с. 3] За этот период ФМО прошел путь от небольшого подразделения университета до ведущего научно-образовательного центра ВУЗа. На факультете в настоящее время обучается на восьми специальностях бакалавриата, шести – магистратуры и девяти – аспирантуры около двух тысяч человек, из них 492 зарубежные студенты из 24 государств. За период становления и развития факультета защищенно 15 докторских и более 60 кандидатских диссертации. В восьми научно-исследовательских лабораториях и двадцати восьми научных кружках факультета ведут творческий поиск более 500 студентов. Центр международных исследований ФМО, созданный совместно БГУ и Министерством иностранных дел Республики Беларусь, является партнёром форума Шанхайской организации сотрудничества от Республики Беларусь. [5, с.3] На

факультете ведётся подготовка специалистов в бакалавриате и магистратуре на английском языке по ряду специальностей.

Немногим позже, в 1998-м году, в структуре факультета была создана кафедра международного туризма.

Функционирование кафедры в структуре факультета международных отношений во многом способствовало изменению общественного восприятия самого туризма. За прошедший период нам удалось привести туризм из разряда преимущественно краеведческого исследовательского поля, которые ему было присуще в 70-80 годах прошлого столетия – на международный уровень, придать ему качественно новое звучание в системе развития международных отношений. Этому способствовало не только активное позиционирование суверенной Республики Беларусь на международной арене, но и многочисленные научные исследования профессорско-преподавательского состава кафедры: силами кафедры за прошедший период реализовано более 10 международных проектов высокого уровня (Европейского Союза, ПРООН, ЮНЕСКО). Открытие специальности было обусловлено потребностями республики в специалистах со знаниями в таких областях как: менеджмент, экономика, иностранные языки, информационные технологии. [6, с.]

Агроэкотуризм – новое направление в структуре внутреннего туризма Беларуси. Его становление приходится на начало 2000-х годов и тесно связано с теми трудностями реформирования хозяйственного комплекса республики, с которыми сталкивались практически все бывшие республики Советского Союза (острая востребованность модернизации сельскохозяйственного производства, отсутствие инвестиций, отток молодёжи из сельской местности, повышение уровня и качества жизни населения и др.).

В Беларуси законодательно закреплен термин «агроэкотуризм». В контексте данной статьи применяется именно данный термин. Зарубежными экспертами чаще всего используется понятие «сельская территория», основанное на трех основных критериях:

- Плотность населения и размер поселения.

-Характер использования земли и экономика.

-Традиционная социальная структура.

Однако данные критерии не совсем подходят для сельского туризма, так как, например, чем меньше плотность населения территории, тем она более привлекательна для городского туриста. Интенсификация сельскохозяйственного производства также менее

интересна для туристов в сравнении с традиционным сельским хозяйством. Это касается и традиционной социальной структуры – туристам важны ценности деревенского уклада жизни, а не урбанизированная среда. Туристы стремятся «окунуться» в традиционную жизнь сельчан, которая является частью их исторического наследия.

В понятие «агроэкотуризм» включены качественно иные параметры, которыми являются:

-наличие сельской местности;

-виды местности, связанные с небольшими сельскими предприятиями, с землей, природой и традициями;

-возможность участия в жизни и деятельности местного населения;

-«мягкий» контакт с сельским населением;

-относительно небольшой, сельский по масштабу, размер поселений, зданий, сооружений;

-традиционный, органичный сельской среде образ жизни.

Ввиду своего разнообразия, именно агроэкотуризм выступает как наиболее полиморфное понятие среди всех видов туризма. Являясь элементом устойчивого туризма, агроэкотуризм напрямую интегрирует с экологическим туризмом, являясь взаимодополняющими и взаимосвязанными понятиями. [7, с.13-14]

В 2004 году, кафедра, совместно с учеными Национальной академии наук Беларуси впервые, на постсоветском пространстве, разработала «Стратегию развития экологического туризма в Республике Беларусь», которая стала своего рода научно-методологической основой всех последующих отечественных практикоориентированных исследований и программ развития экологической направленности. [8, с. 103]

Таким образом, весь комплекс проведенных кафедрой научно-практических разработок позволил приступить к реализации партнерского проекта «ВУЗ-агроусадьба».

На кафедре в 2012 году была открыта новая специализация – 1-260202-0602 «Менеджмент агро- и экологического туризма». Специализация предусматривала более глубокое «погружение» студентов на третьем и четвертом годах обучения по ряду специальных дисциплин, таких как:

-Основы агроэкотуризма;

-Территориальная организация агро- и экологического туризма в Республике Беларусь;

- Устойчивый туризм;

-Основы экологического менеджмента в международном туризме и гостеприимстве;

-Проектный менеджмент в туризме;

-Интерпретация культурного и природного наследия в международном туризме;

-Брендинг дестинаций;

-Международные основы предпринимательской деятельности;

-Система коммуникаций в туризме;

-Организация санаторно-курортного хозяйства;

-Практика организации инклюзивного туризма;

-Деловая переписка (на иностранном языке).

Вышеобозначенные дисциплины читались как преподавателями кафедры, так и специалистами-практиками (объем лекционно-семинарских занятий составил 34 часа по каждой дисциплине).

Необходимо отметить, что при открытии данной специализации присутствовал определенный скепсис – а как воспримут студенты-международники, поступающие на факультет с очень высоким образовательным баллом (340 баллов и выше) новое направление? Однако последующая практика отвергла всякие сомнения, так как творческая синергия владельцев агроусадеб и студентов дала положительные результаты.

Во-первых, студенты успешно владели как минимум двумя иностранными языками в рамках освоения учебной программы, что стало особо востребовано агроусадьбами в части перевода материалов их сайтов во время прохождения студентами учебно-производственной практики на агроусадьбах.

Во-вторых, хорошая экономико-гуманитарная подготовка студентов, их коммуникационная активность, успешное владение информационными технологиями позволила включиться в разрабатываемые агроусадьбами проекты (организация фольклорных фестивалей, конкурсов на звание лучшей усадьбы, проведение анкетирования, реализация народных обычаев и традиций и т. д.). Более того, студенты выступили с новыми креативными идеями, получившими среди владельцев агроусадеб поддержку и развитие. В этих условиях в 2015 году кафедра инициировала создание на базе Белорусского общественного объединения (БОО) «Отдых в деревне» своего филиала, который возглавила руководитель данного объединения, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент В. А.

Клицунова. Весь последующий период развития показал высокую эффективность такого сотрудничества. Именно студентами кафедры была разработана первая в республике кулинарная карта Беларуси, начал издаваться электронный журнал агроусадеб «Сяле Дзец» и другие мероприятия.

Команда студентов факультета на проводимом в 2015 Хакатоне #Hack4Tourism в Брестской области разработали проект «Кулінарная краіна», «Гасцінія» и стала победителем данного соревнования. На сайте были представлены следующие разделы - кулинарная карта с рецептами национальных блюд, местами питания, гастрономические туры, наследие(кулинарные клубы, памятники еды), продвижение наследия (проекты и партнеры), блог и контакты агроусадеб республики [9, с. 12-15] В 2021 команда университета в международном конкурсе стартапов в области сельского туризма UNWTO Students' League (Студенческая Лига ЮНВТО) заняла шестое место в мировой защите и четвертое место - в защите Восточного полушария. [10, с.34]

В последствии сотрудничество кафедры с агроусадьбами вышло на новый уровень - организация ежегодной научно-практической конференции по проблемам развития агоэкотуризма, в подготовке которой приняли участие не только кафедра и БОО «Отдых в деревне», но и белорусский «Белагропромбанк», Министерство спорта и туризма Республики Беларусь. Такой формат организации позволил значительно укрепить и развить контакты межу ведущими специалистами данного направления. В результате в студенческих аудиториях стали регулярными встречи с руководителями агроусадеб, организованы мастер-классы, студенты в своих курсовых и дипломных работах разрабатывали практиоориентированные проекты для агроусадеб, проходили учебные практики и участвовали в формировании и продвижении турпродукта агроусадеб.

Таким образом, организация специальной подготовки в области развития сельского туризма на факультете показала практическую востребованность агроусадьбами республики в таких специалистах, способствовало развитию у молодежи патриотического чувства причастности к «малой Родине», лучшему пониманию происходящих в обществе процессов трансформации.

Партнерство же кафедры с БОО «Отдых в деревне» позволило вести совместный поиск наиболее эффективных путей развития отечественного агроэкотуризма, привнесло в него креативность и

современность, позволило сделать обучение студентов более практикоориентированным. Однако белорусский опыт развития агроэкотуризма на уровне партнерства «ВУЗ-агроусадьба» недостаточно известен на постсоветском пространстве, хотя доцент Клицунова В. А., являясь вице-президентом Глобальной сети агротуризма, прикладывает большие усилия по его презентации на международных площадках. Полагали бы целесообразным более предметно «тиражировать» белорусскую целостную систему подготовки туристских кадров для сектора агроэкотуризма на площадках Евразийского экономического союза (ЕврАзЭС) и других интеграционных объединений, на уровне межгосударственного сотрудничества Содружества Независимых Государств (СНГ) и межвузовского партнерства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гайдукевич, Л. М. Развитие сельского туризма в Беларуси и Польше: сравнительный анализ / Л. М. Гайдукевич // Агроэкотуризм в период современных вызовов: национальный опыт : материалы XIII Международной научно-практической конференции Республики Беларусь, Минск, 24 ноября 2022 г. / Белорусский государственный университет ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2022. – С. 40 – 43.

2. В Беларуси стремительно сокращается количество агроусадеб – в чем причина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https//tochka.by/articles/turizm/v_belarusi_stremitelno_sokrashchaetsya_kolichestvo_agrousadeb_v_chem_prichina/ . – Дата доступа: 24.02.2026.

3. Вектар на якасць, кампетэнцыі будучыні і новыя тэхналогіі: у БДУ прадставілі стратэгію развіцця на пяць гадоў // Газета Белорусского государственного университета «Універсітэт». – 2025. – № 9 (2300). – 25 сентября. – С. 1.

4. БДУ ўвайшоў у ТОП-25 надзейных партнёраў Міністэрства адукацыі Кітая // Газета Белорусского государственного университета «Універсітэт». – 2025. – № 11 (2302). – 21 сентября. – С. 1.

5. ФМА БДУ: 30 гадоў рыхтуем тых, хто прадстаўляе Беларусь у свеце // Газета Белорусского государственного университета «Універсітэт». – 2025. – № 10 (2301). – 16 октября. – С. 3.

6. Гайдукевич, Л. М. Агроэкодвижение и вузовская наука: перспективы сотрудничества / Л. М. Гайдукевич // Агроэкотуризм – 2020: новые поколения – новые тренды : материалы международной

научно-практической конференции, Минск, 11 декабря 2020 г. / Белорусский государственный университет ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.), В. А. Клицунова, А. Н. Решетникова. – Минск : БГУ, 2020. – С. 3–7.

7. Клицунова В.А. Агроэкотуризм: учебно-методическое пособие / В. А. Клицунова, Н. М. Борисенко, Я. И. Аношко. – Минск: РИПО, 2014. – 132 с.

8. 30 лет факультету международных отношений БГУ (1995-2025 гг.): монография / под общ. ред. Е. А. Достанко. – Минск: РИВШ. 2025. – 304 с.: ил.

9. Астапенко, Ю.О. Опыт проведения Хакатона «#HACK4TOURISM» в рамках продвижения и популяризации агроэкотуризма Беларуси / Ю. О. Астапенко // Агроэкотуризм в период современных вызовов: национальный опыт : материалы XII Национальной научно-практической конференции с международным участием, Республика Беларусь, Минск, 25 ноября 2021 г. / Белорусский государственный университет ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2021. – С. 12 – 15.

10. Гаффаров, Е. В. Беларусь – ЮНВТО: Перспективы сотрудничества в области агроэкотуризма / Е. В. Гаффаров // Агроэкотуризм в период современных вызовов: национальный опыт : материалы XII Национальной научно-практической конференции с международным участием, Республика Беларусь, Минск, 25 ноября 2021 г. / Белорусский государственный университет ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2021. – С. 34.

Обеспечение доступности сельского туризма для людей с особыми потребностями: опыт Беларуси

Борисенко Н.М., к.э.н., координатор образовательных проектов, Республиканский союз туристической индустрии, n_borisenko@mail.ru

Сельский туризм является одним из популярных видов отдыха. Отдых на сельских усадьбах предоставляет возможность провести время на природе, познакомиться с сельским бытом, изучить традиции, попробовать местную кухню. Однако не всегда такой отдых доступен для всех без исключения. Туристы с особыми потребностями – люди с инвалидностью, родители с маленькими детьми и т.п. – могут столкнуться с трудностями при посещении объектов сельского туризма. Например, ступеньки на входе в усадьбу и отсутствие пандуса не позволят человеку, пользующемуся инвалидной коляской, зайти в здание, а для пожилых людей либо родителей с детьми в колясках также могут создать неудобства. Соответственно, обеспечение доступности в сельском туризме выступает актуальной задачей в контексте повышения качества услуг и гарантии равного доступа к ним для всех людей без исключения.

Для того, чтобы обеспечить доступность и инклюзию на объектах сельского туризма, необходимо понимать, что подразумевают эти понятия. Понятие «инклюзия» может рассматриваться с двух позиций – социальной и экономической. «Социальная инклюзия» (англ. «social inclusion») означает «вовлечение» либо «включение» всех потенциальных участников в процесс потребления туристических продуктов и услуг. С *экономической* точки зрения инклюзивность означает вовлечение всех людей без исключения, вне зависимости от пола, возраста, местожительства, этнической принадлежности, в создание и распределение экономических благ, что достигается равными возможностями трудоустройства, сокращением бедности и неравенства [1]. Обобщив эти два подхода, можно сказать, что инклюзия в сельском туризме подразумевает два ключевых вектора – открытость усадьбы всем потенциальным туристам, а также возможность трудоустройства для людей с особыми потребностями, либо открытия ими собственного бизнеса в сфере сельского туризма.

Понятие «доступность» раскрывается в различных документах как международного, так и национального уровня. Так, согласно статье

9 Конвенции ООН о правах инвалидов доступность предполагает обеспечение людям с инвалидностью доступа наравне с другими:

- к физическому окружению,
- к транспорту,
- к информации и связи, включая информационно-коммуникационные технологии и системы,
- к другим объектам и услугам, открытым или предоставляемым для населения, как в городских, так и в сельских районах [2].

В международном стандарте ISO 21902:2021 «Туризм и сопутствующие услуги. Доступный туризм для всех. Требования и рекомендации» под доступностью понимается «степень, в которой продукты, системы, услуги, среда и объекты инфраструктуры могут использоваться людьми с самым широким диапазоном пользовательских потребностей, характеристик и возможностей для достижения определенных целей в определенных контекстах использования. Контекст использования включает прямое использование или использование при помощи вспомогательных технологий» [3].

Наиболее высокая потребность в доступности характерна для людей с инвалидностью. Для этой группы туристов отсутствие необходимой инфраструктуры зачастую означает полную невозможность воспользоваться туристическими услугами либо посетить туристический объект. Согласно Конвенции ООН «О правах инвалидов» к инвалидам относятся «лица с устойчивыми физическими, психическими, интеллектуальными или сенсорными нарушениями, которые при взаимодействии с различными барьерами могут мешать их полному и эффективному участию в жизни общества наравне с другими» [2]. Данная категория туристов является достаточно разнородной и включает в себя:

- людей с проблемами опорно-двигательного аппарата;
- людей с проблемами слуха;
- людей с проблемами зрения;
- людей с ментальными особенностями;
- людей со скрытыми формами инвалидности (около 75% всех форм инвалидности являются скрытыми) [4].

Данный сегмент представляет собой достаточно большой потенциальный рынок. На сегодняшний момент в мире 1,3 млрд людей имеют инвалидность, что составляет 16% мирового населения [5]. По оценкам, каждый третий человек в течение жизни столкнется с

инвалидностью [4], ведь инвалидность влияет как на качество жизни самого человека с инвалидностью, так и на его окружение – семью, друзей. Рынок услуг для людей с инвалидностью контролирует покупательную способность в размере 18 млрд долларов США [4]. Компании, лидирующие в области инклюзии людей с инвалидностью, достигают более высоких экономических результатов:

- в 1,6 раза больше выручки;
- в 2,6 раза больше чистой прибыли;
- на 25% больше выручки на одного сотрудника [4].

В случае, если объект сельского туризма не обеспечивает достаточный уровень доступности своей инфраструктуры и услуг, он теряет потенциальных клиентов. При этом исследования показывают, что люди с инвалидностью чаще всего путешествуют с сопровождающими – членами семьи, друзьями или ассистентами, соответственно, сельские усадьбы, которые не готовы к приёму данной аудитории, теряют не одного, а сразу несколько клиентов.

Следующей категорией потенциальных туристов, для которых наличие доступных условий также играет важное значение, выступают пожилые людей. Этот сегмент туристов активно возрастает за счет общемировой тенденции старения населения. На сегодняшний день 21,6% мирового населения составляют лица в возрасте 65 лет и старше, а к 2030 году, каждый шестой человек на Земле будет старше 60 лет (это около 1,4 млрд человек). По оценкам ЮНВТО каждая восьмая международная поездка уже сегодня приходится на пенсионера в возрасте старше 60 лет [6]. Соответственно, неготовность обеспечить комфортные условия отдыха для этой категории клиентов также означает потерю целевого сегмента туристов.

Категория «люди с особыми потребностями» (англ. «people with special needs») не ограничивается людьми с инвалидностью и пожилыми людьми, и включает также:

- людей с временными проблемами здоровья (например, временной травмой, осложняющей путешествие);

- семьи, путешествующие с маленькими детьми (в первую очередь пользующиеся детской коляской);

- беременных женщин (для них также удобна доступная инфраструктура без лестниц и иных препятствий);

- людей высокого/малого роста либо крупного телосложения;

- людей с аллергией либо пищевой непереносимостью разного рода.

В широком толковании к этой категории также можно отнести путешественников с тяжелым багажом, и людей, не владеющих языком страны пребывания (для них крайне важен доступ к информации). Следовательно, практически каждый человек в тот или иной период жизни может оказаться в роли человека с особыми потребностями и, соответственно, нуждаться в более комфортных и доступных условиях для отдыха.

В отношении туристических объектов ключевыми составляющими доступности выступают:

- доступность туристической инфраструктуры (зданий, сооружений, подходов к ним и т.д.);
- доступность транспорта (возможность добраться до объекта на доступном транспорте, наличие адаптированных остановок / транспортных терминалов и т.д.);
- доступность информации (например, сайта усадьбы, экскурсии на усадьбе и т.д.);
- доступность услуг, которые предоставляет туристический объект.

Рассмотрим основные подходы к обеспечению доступности каждого из этих элементов. Одним из общих подходов является использование концепции универсального дизайна. Универсальный дизайн говорит о переходе к дизайну, ориентированному на пользователя, через применение целостного подхода и нацеливание на удовлетворение потребностей людей с инвалидностью, независимо от того, насколько они меняются в течение их жизни [7]. В Конвенции ООН о правах инвалидов даётся такое определение: «универсальный дизайн» означает дизайн предметов, обстановок, программ и услуг, призванный сделать их в максимально возможной степени пригодными к пользованию для всех людей без необходимости адаптации или специального дизайна» [2]. Универсальный дизайн базируется на 7 ключевых принципах:

1. Равенство в использовании (дизайн подходит для людей с различными возможностями);
2. Гибкость в использовании (дизайн соответствует большому количеству индивидуальных предпочтений и возможностей);
3. Простой и интуитивно понятный дизайн (дизайн понятен и прост в использовании, независимо от опыта, знаний, языковых навыков и степени сосредоточенности пользователя);
4. Легко воспринимаемая информация (дизайн позволяет эффективно передавать информацию пользователю, независимо от

условий окружающей среды или способностей органов чувств человека);

5. Допустимость ошибки (дизайн минимизирует нежелательные случайные последствия неправильного использования)

6. Низкие физические усилия (дизайном можно эффективно и комфортно пользоваться, не прикладывая больших усилий)

7. Размер и пространство для доступа и использования (универсальный дизайн предусматривает достаточно места для подхода и пользования объектом, независимо от физических данных человека (возможностей передвижения, размеров, состояния) [8].

Опора на принципы универсального дизайна позволяет понять, какие аспекты должны быть учтены при обеспечении доступности туристического объекта. Однако более детальные требования обычно закрепляются в международных и национальных стандартах и других нормативно-правовых документах. В белорусской практике доступность инфраструктуры регулируется двумя основными документами – Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 21 ноября 2022 г. № 796 «Об обеспечении доступной среды для инвалидов» [9] и строительными нормами СН 3.02.12-2020 «Среда обитания для физически ослабленных лиц» [10]. Следует подчеркнуть, что данные документы регулируют требования к обеспечению доступности любых инфраструктурных объектов, не отражая специфику сферы туризма.

Согласно Постановлению № 796 доступность объектов обеспечивается наличием следующих элементов доступной среды:

- выделенных мест для стоянки транспортных средств, управляемых инвалидами, а также перевозящих таких инвалидов, детей-инвалидов;
- тактильной предупреждающей и направляющей тротуарной плитки;
- пандусов и непрерывных поручней;
- расширенных входных дверных групп;
- контрастной маркировкой полотен прозрачных дверей и дверных ручек;
- речевых информаторов;
- универсальных табличек при входе на объект и внутри объекта;
- электрической подъемной платформы (при необходимости);
- тактильных схем;

- кнопки вызова;
- обустроенных санитарно-гигиенических помещений;
- тактильных напольных индикаторов и иных элементов [9].

Объект может быть признан доступным в случае, если он полностью соответствует требованиям, либо в случае максимального учета этих требований при отсутствии возможности соблюдения их в полном объеме по техническим причинам. Кроме того, при наличии на территории усадьбы нескольких строений все они должны отвечать требованиям доступности, и только в этом случае объект может быть признан доступным. При наличии отдельных элементов доступной среды объект признается частично доступным. Для сельских усадеб в белорусской практике соблюдение всех требований в области доступности может быть затруднительным по причине того, что в качестве объектов агроэкотуризма зачастую используются частные дома, которые изначально были построены для личного пользования и не предусматривали соблюдение требований и правил в отношении доступности.

Специфические требования к обеспечению доступности туристических объектов представлены в международном стандарте ISO 21902:2021 «Туризм и сопутствующие услуги – Доступный туризм для всех – Требования и рекомендации» (англ. «ISO 21902:2021(en) Tourism and related services – Accessible tourism for all – Requirements and recommendations») [3]. Данный стандарт был разработан с привлечением большого числа профильных туристических и иных организаций, специализирующихся на обеспечении доступности туризма. Документ охватывает основные аспекты разработки политики, инфраструктуры, продуктов и услуг, и предназначен для всех заинтересованных сторон в цепочке поставок туризма, включая государственный и частный сектора. Он применим на местном, региональном, национальном и международном уровнях. В Беларуси этот стандарт был переведён и адаптирован в 2025 году [11], однако он не является обязательным и доступен только на платной основе, что выступает препятствием для его широкого распространения. Стандарт предусматривает требования и рекомендации к транспорту, городским и сельским туристическим пространствам, организации досуговых мероприятий и MICE-туризма, услуг по размещению, питанию, а также к деятельности туроператоров и турагентов.

Обеспечение доступности транспорта в меньшей степени входит в задачи владельцев сельских усадеб, поскольку общественный

транспорт не входит в сферу их влияния. В то же время хозяева усадеб могут обеспечить на территории усадьбы адаптированную парковку для транспорта людей с инвалидностью, а также предоставить полную и детальную информацию об имеющемся общественном транспорте и уровне его доступности, чтобы потенциальные туристы могли спланировать свой визит с учетом имеющихся данных.

Следующий существенный элемент – это доступность информации для всех пользователей. Для сферы туризма наличие информации выступает ключевым аспектом, поскольку именно с поиска информации туристы начинают планирование своего путешествия. А для туристов с особыми потребностями наличие информации еще более важно. Например, в рамках опроса людей с инвалидностью и их близких, который был проведен в 2020 г., было выявлено, что в Беларуси 92,7% респондентов в качестве основного канала информации для планирования досуга (посещения театров, кино, планирования туристических поездок и т.д.) используют Интернет, при этом наличие информации о доступности объекта оказывает влияние на выбор места проведения досуга для 76% респондентов [12]. Информационная доступность включает в себя такие аспекты как:

- наличие на сайте/страницах в социальных сетях информации о доступности сельской усадьбы для людей с особыми потребностями;
- предоставление информации в доступном формате (с учетом различных пользователей и их особенностей восприятия);
- актуальность и достоверность предоставленной информации.

На сайте либо странице усадьбы в социальных сетях должна быть информация об уровне доступности сельской усадьбы, имеющихся приспособлениях и элементах инфраструктуры. Данная информация должна быть детальной и максимально полной. Согласно результатам упомянутого выше исследования, с содержательной точки зрения для людей с инвалидностью наиболее актуальной информацией, связанной с доступностью туристического объекта, является краткое описание доступности для людей с инвалидностью (65,6%), цены на услуги (50,3%), а также оптимальный маршрут движения внутри объекта с учетом инвалидности (47,7%). С небольшим отрывом идет информация о транспорте, которым можно добраться до объекта с учетом инвалидности человека, а также контакты ответственного специалиста, который отвечает за доступность объекта [12].

С точки зрения предоставления информации на сайте в доступном формате целесообразно следовать рекомендациям Консорциума Всемирной паутины (W3C), которые представлены в Руководстве по обеспечению доступности веб-контента (WCAG) 2.0 [13]. Данный документ представляет собой детальное описание требований к обеспечению доступности веб-контента для людей с инвалидностью и иными особыми потребностями.

Актуальность и достоверность предоставленной информации также критически важна для туристов с особыми потребностями. К сожалению, на практике имеют место случаи, когда информация о доступности объектов для людей с инвалидностью, предоставляемая на сайтах, бывает недостоверной либо неполной. Упомянутый ранее офпрос показал, что в Беларуси 27% респондентов с инвалидностью в принципе не встречали подобную информацию на сайтах объектов, что само по себе является барьером для их посещения. Треть респондентов указала, что часто встречалась с подобной ситуацией, еще треть ответила, что такая ситуация имело место несколько раз. И только 14% респондентов отметили, что предоставляемая информация всегда была достоверной. Во избежание подобных ситуаций владельцам сельских усадеб необходимо следить за обновлением и полнотой предоставляемых данных.

Последней составляющей доступности сельской усадьбы выступает доступность ее услуг. Это распространяется на весь спектр предоставляемых услуг, например, питание, экскурсии, анимация, услуги бани и прочее. Важным аспектом в данном случае является обучение персонала навыкам обслуживания людей с инвалидностью – корректной коммуникации, ситуативной помощи и т.д. Персонал усадьбы должен понимать потребности туристов и уметь адаптировать услуги под разные категории посетителей. Если речь идёт о питании на усадьбе, важно учитывать наличие аллергий либо пищевой непереносимости у туристов и по возможности уточнять данные вопросы заранее. Также инклюзивность предполагает учёт диетических предпочтений (например, вегетарианство либо детское меню). Шагом в сторону повышения доступности услуг усадьбы может стать привлечение в качестве сотрудников людей с инвалидностью либо пожилых людей, поскольку они могут выступать внутренними консультантами по вопросам инклюзии и доступности.

В Беларуси сельский туризм является достаточно развитым направлением. По данным за 2025 год в стране насчитывается 1441

субъект агроэкотуризма, которые распределены по областям следующим образом (рисунок 1). Лидирующую позицию по количеству субъектов занимает Минская область, на второй позиции с одинаковым количеством объектов – Брестская и Гродненская области.



Рисунок 1 – Количество субъектов агроэкотуризма по областям Беларуси (по состоянию на 2025 год)

Примечание – составлено автором на основе [14]

В 2024 году субъекты агроэкотуризма в Беларуси приняли 427,8 тыс. человек, из которых 96,7% составили граждане страны. Средняя продолжительность пребывания составила 2 дня [15]. По официальным данным Департамента по туризму в 2024 году 241 агроусадьба оказывала услуги для туристов с инвалидностью [16]. Однако достоверность этой информации вызывает определенные сомнения, что будет рассмотрено далее.

В качестве положительного примера адаптации сельских усадеб для нужд людей с особыми потребностями в Беларуси можно привести проект «Воложин без барьеров: усиление возможностей для предоставления социальных и рекреационных услуг для людей с инвалидностью в Воложинском районе», который был реализован в Воложинском районе Минской области в период с 2013 по 2020 гг. Партнерами проекта выступали Воложинский районный исполнительный комитет, Местный фонд «Интеракция», ОО «Белорусское общество инвалидов» и БОО «Отдых в деревне». Общий бюджет проекта составил 1.111.000 евро, в том числе 50% бюджета было выделено на инфраструктуру. В рамках проекта был проведен мониторинг доступности около 300 инфраструктурных объектов, а также было профинансировано 5 инициатив субъектов

агроэкотуризма, направленных на создание туристического продукта для людей с особыми потребностями:

- «Доступная вода – познаем вместе» (агроусадьба «За мосточком»);
- «Конные прогулки по Воложинскому району для инвалидов» (агроусадьба «Кони-пони»);
- «Сокровища «Налибокской пущи» доступны для всех» (агроусадьба «Налибокские васильки»);
- «Хлебное ремесло для всех» (агроусадьба «Ганка»);
- «Создание безбарьерной среды» (агроусадьба «Мир пчел») [1].

Рассмотрим более детально элементы доступности, которые были созданы на этих усадьбах в рамках проекта. На всех рассматриваемых объектах были оборудованы санузлы для людей с инвалидностью как обязательное условие создания инклюзивного турпродукта. Каждая из усадеб имеет свою специализацию, которая была подчеркнута в рамках разработанных программ. Соответственно, на каждой усадьбе представлены различные элементы инфраструктуры, которые обеспечивают их доступность. Например, на агроусадьбе «За мосточком» был разработан инклюзивный водный маршрут по Саковщинскому водохранилищу, что стало возможным благодаря созданию адаптированного причала и специальной лодки для людей с инвалидностью (рисунок 2). Данная лодка является уникальной, она была разработана специально для этого проекта. Также уникальное транспортное средство было создано для агроусадьбы «Кони-пони». Была сконструирована повозка, которая предоставляет возможность совершить конную прогулку для людей, пользующихся инвалидной коляской, и даже осуществлять непосредственное управление данной повозкой (рисунок 3).



Рисунок 2 – Адаптированный причал и лодка на усадьбе «За мосточком»



Рисунок 3 – Адаптированная повозка на усадьбе «Кони-пони»

На остальных агроусадьбах, которые принимали участие в реализации проекта, уже имеющиеся помещения были адаптированы для того, чтобы в программах, предлагаемых на усадьбах, могли принимать участие люди с инвалидностью. Например, на агроусадьбе «Налибокские васильки» был адаптирован санузел, парковка и вход в усадьбу, а также в музей конного транспорта. На агроусадьбе «Ганка» люди с инвалидностью могут принять участие в мастер-классах по хлебному ремеслу в адаптированном помещении. На агроусадьбе «Мир пчёл» было адаптировано здание, где проводятся экскурсии и мастер-классы, посвященные пчеловодству и народным традициям.

Несмотря на наличие базовой инфраструктуры и опыта обслуживания людей с инвалидностью, данные усадьбы на современном этапе не подчеркивают свою инклюзивность. На сайтах усадеб и их страницах в социальных сетях не обозначено, что у них есть инклюзивные программы и присутствует необходимая инфраструктура, что, безусловно, является барьером для туристов с инвалидностью при планировании путешествия.

Автором был проведен анализ актуальных данных о сельских усадьбах в Беларуси, обладающих определенными элементами доступности или инклюзивными программами, на основе двух информационных источников – официального сайта Национального агентства по туризму Республики Беларусь, которое с января 2026 года является ключевым государственным органом, регулирующим вопросы развития туризма в стране, и портала автоматизированной информационной системы «Доступная среда», который принадлежит Министерству труда и социальной защиты.

На сайте Национального агентства по туризму имеется тематический раздел, посвященный инклюзивному туризму, в котором размещена информация о туристических объектах и экскурсиях для людей с инвалидностью по областям страны. Анализ данных, представленных на сайте, показал, что количество агроэкоусадеб, которые готовы принимать туристов с инвалидностью, незначительно – всего 26 усадеб (таблица 1). Кроме того, на сайте отсутствует информация по усадьбам Брестской области. Информация о доступности усадеб представлена в каждой области представлена в разном формате, невозможно понять, каким образом оценивалась доступность усадьбы для той или иной категории посетителей. Также отсутствует детальная информация по каждой из усадеб, нет ссылок на их сайты для дальнейшего ознакомления.

Таблица 1. Агроэкоусадьбы, располагающие элементами доступности для людей с инвалидностью по данным сайта Национального агентства по туризму

Название	Для какой категории есть элементы доступности
Витебская область	
Агроэкоусадьба «Заповедный остров»	Незрячие, слабовидящих с сопровождением, люди с инвалидностью 1 и 2 группы, люди с

	особенностями психического развития
Агроэкоусадьба «Краіна мар»	Незрячие, слабовидящих с сопровождением, люди с инвалидностью 1 и 2 группы, люди с особенностями психического развития
Агроэкоусадьба «Конны фальварак»	Незрячие, слабовидящих с сопровождением, люди с инвалидностью 1 и 2 группы, люди с особенностями психического развития
Агроэкоусадьба «Утрина»	Незрячие, слабовидящих с сопровождением, люди с инвалидностью 1 и 2 группы, люди с особенностями психического развития
Гомельская область	
Агроусадьба «Драник-ленд»	Люди, пользующиеся инвалидной коляской
Агроэкоусадьба «Малинки»	Для любой категории с сопровождающим
Агроэкоусадьба «Белладжио»	Слабовидящие, слабослышащие
Агроэкоусадьба «Райский уголок»	Слабовидящие, слабослышащие
Агроэкоусадьба «Воўчын кут»	Слабовидящие, слабослышащие
Агроэкоусадьба «Хуторок»	Слабовидящие, слабослышащие
Агроэкоусадьба «Николаевская слобода»	Слабовидящие, слабослышащие
Агроэкоусадьба «Естествознание»	Люди, пользующиеся инвалидной коляской
Гродненская область	
Агроэкоусадьба «Вялес»	Люди, пользующиеся инвалидной коляской
Агроэкоусадьба «Белое Солнце»	Люди, пользующиеся инвалидной коляской

Агроэкоусадьба «Сябры»	Люди, пользующиеся инвалидной коляской
Агроэкоусадьба «Ольхово»	Люди с нарушением зрения, люди с проблемами мобильности
Агроэкоусадьба «Селяхи»	Люди с проблемами мобильности
Агроэкоусадьба «Радюши»	Дети с ДЦП
Агроэкоусадьба «Верес»	Люди, пользующиеся инвалидной коляской
Агроэкоусадьба «Мильва»	Не уточняется
Минская область	
Агроэкоусадьба «За мосточком»	Люди, пользующиеся инвалидной коляской
Агроэкоусадьба «Ганка»	Люди, пользующиеся инвалидной коляской
Агроэкоусадьба «Налибокские васильки»	Люди, пользующиеся инвалидной коляской
Агроэкоусадьба «Кони-пони»	Люди, пользующиеся инвалидной коляской
Агроусадьба «ДоРеНи»	Не уточняется
Могилёвская область	
Агроусадьба «Духмяны сад»	Люди, пользующиеся инвалидной коляской, незрячие, слабовидящие, люди с нарушением слуха

Составлено автором на основе [17-22]

В 2025 году в Беларуси начала работу карта доступности объектов социальной инфраструктуры. Данные о доступности объектов размещены на публичной кадастровой карте map.nca.by [23]. На этой карте отражены объекты социальной инфраструктуры в стране: объекты здравоохранения, образования, культуры, спорта, туризма, социального обслуживания, магазины и др. [24]. Для получения информации непосредственно о доступности объектов пользователям необходимо выбрать соответствующий слой карты. Объекты на карте отображены кружками двух цветов, где зеленый цвет обозначает полностью доступные объекты, а желтый – частично доступные (рисунок 4).

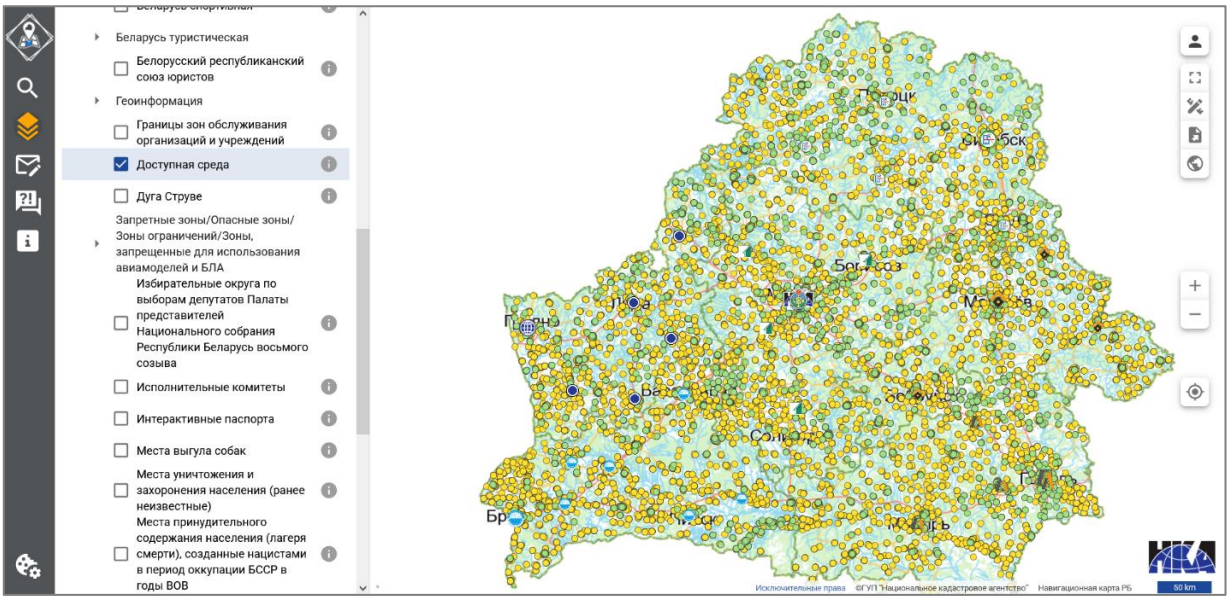


Рисунок 4 – Слой публичной кадастровой карты, отражающий уровень
доступности социальной инфраструктуры
Источник [23]

Согласно упомянутому ранее Постановлению № 796 частичный уровень доступности может быть подразделен на три категории:

- низкий (наличие на объекте до трех включительно элементов доступной среды),
- средний (наличие на объекте от четырех до шести включительно элементов доступной среды),
- высокий уровень (наличие на объекте более шести элементов доступной среды) [9].

Однако это деление на отражено на анализируемой карте. Более того, на данную карту нанесены всевозможные объекты инфраструктуры, и отсутствует возможность отфильтровать отдельно объекты туризма. Соответственно с пользовательской точки зрения данный формат предоставления информации неудобен. В целом кадастровая карта не ориентирована на туристов, она скорее представляет собой большую информационную систему.

В основе данных, представленных на публичной кадастровой карте, лежит информация, собранная в автоматизированной информационной системе «Доступная среда» (далее – АИС «Доступная среда») [25], которая была разработана Министерством труда и социальной защиты и запущена также в 2025 г. В рамках функционирования АИС «Доступная среда» формируется база данных по учету доступности объектов социальной инфраструктуры, в рамках

которой аккумулируется информация и о доступности объектов туризма. Поскольку данная база, также представленная в виде интерактивной карты, позволяет выделить информацию отдельно по сельским усадьбам, автором была взята в качестве основы для анализа именно данная АИС. Анализ позволяет сделать ряд выводов:

- на карте представлено 245 объектов агроэкотуризма, о которых имеется какая-либо информация о доступности, что составляет 17% от всех сельских усадеб Беларуси;
- усадьбы представлены только в Минской, Брестской и Гродненской областях, по другим областям данные отсутствуют;
- в ряде случаев усадьбы просто нанесены на карту как объекты, однако информация о их доступности не представлена;
- в большинстве объектов присутствует лишь несколько элементов доступности, наиболее распространёнными из которых являются ровное покрытие территории, вход в здание на уровне земли или входная площадка для людей, пользующихся инвалидной коляской. Данный набор элементов не обеспечивает надлежащего уровня доступности и в целом сосредоточен на территории усадьбы и входе в нее;
- в каждой области представлены усадьбы, в которых отмечен только один либо два элемента доступности, которые, по сути, совершенно не обеспечивают доступность объекта, например, это могут быть такие элементы как отсутствие пьедестала под раковиной либо доступ к мебели в вестибюле. Количество таких усадеб в сравнении с общим количеством нанесенных объектов в каждой представлено на рисунке 5.
- можно выделить ряд репрезентативных примеров усадеб со сравнительно высоким уровнем доступности, что обеспечивается наличием комплекса элементов доступности, например, усадьба «La Dolce Vita» (присутствует ровное покрытие, пониженный бордюр, пандус с поручнями, расширенная входная группа, доступный вестибюль, доступная входная площадка, санузел и т.д.), усадьба «Панскі Фальварак» (ровное покрытие, расширенные входные группы, вешалки на доступной высоте, возможность разворота) и ряд других.

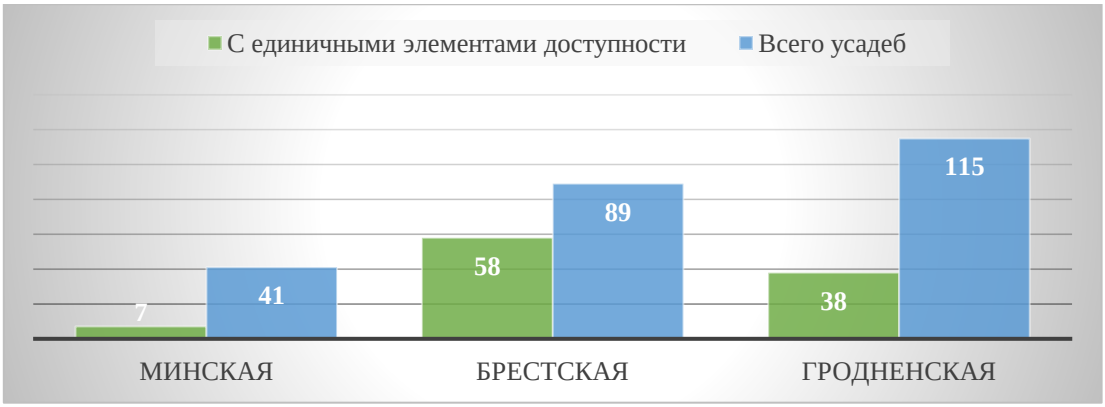


Рисунок 5 – Общее количество усадеб на карте АИС «Доступная среда» и количество усадеб с единичными элементами доступности

Составлено автором

В целом, следует отметить, что АИС «Доступная среда» с точки зрения пользователя является не самым удобным инструментом для поиска информации о доступности сельских усадеб, как и упомянутая выше публичная кадастровая карта, так как на ней довольно сложно найти конкретную усадьбу, отсутствуют фото объекта, контакты для связи и т.п. Данная информационная система не является туристическим ресурсом. Было бы целесообразно интегрировать имеющиеся в системе данные в специализированные туристические сайты, например, belarus.travel, которые направлены на продвижение туристического потенциала и ориентированы на туристов.

Проведенный анализ позволяет сформулировать ряд базовых рекомендаций по повышению доступности сельского туризма для людей с особыми потребностями. На уровне отдельных сельских усадеб действиями, направленными на повышение доступности, могут быть следующие:

- проведение оценки текущего уровня доступности объекта для людей с особыми потребностями на основе национальных либо международных стандартов;
- составление плана реконструкции усадьбы в соответствии с требованиями в области доступности, поиск финансовых ресурсов для проведения реконструкции;
- при отсутствии возможности провести реконструкцию усадьбы с целью обеспечения ее доступности поиск временных решений (например, раскладной пандус, настил в местах перепада высот и т.п.);
- обращение за консультацией в организации, представляющие интересы людей с инвалидностью;

- предоставление детальной информации о текущем уровне доступности усадьбы на ее сайте либо в социальных сетях;
- организация обучения персонала усадьбы основам коммуникации и обслуживания людей с инвалидностью;
- при наличии достаточного уровня доступности продвижение этого факта как конкурентного преимущества сельской усадьбы, что позволит привлечь новый сегмент туристов.

Важно подчеркнуть, что при формировании плана по улучшению доступности сельских усадеб необходимо обращаться за помощью к специалистам, поскольку это позволяет избежать ошибок и найти наиболее оптимальные решения. Для этого можно обратиться в специализированные общественные организации, представляющие интересы людей с инвалидностью, поскольку в таких организациях всегда есть компетентные специалисты, способные проконсультировать. В Беларуси такими организациями выступают ОО «Белорусское общество инвалидов», ОО «Белорусское общество глухих», ОО «Республиканская ассоциация инвалидов-колясочников», ОО «Белорусское товарищество инвалидов по зрению». Эти республиканские организации также имеют представительства в регионах страны.

На национальном уровне целесообразными мерами по повышению доступности сельского туризма могут выступать следующие:

- формирование системы финансовой поддержки для субъектов агроэкотуризма, которые заинтересованы улучшить свой уровень доступности. Финансовая поддержка может осуществляться в форме льготного кредитования, государственных субсидий и т.д.;
- разработка стандартов и рекомендаций в области обеспечения доступности, которые учитывают специфику сельских усадеб и туризма в целом;
- организация системы обучения для владельцев сельских усадеб по теме инклюзивных подходов в туризме, что актуально не только для агроэкотуризма, но и в целом для всего туристического сектора;
- включение мероприятий и показателей, ориентированных на повышение доступности сельского туризма, в национальные программы и стратегии развития туризма;
- размещение информации о доступности объектов сельского туризма на специализированных туристических сайтах и иных ресурсах;
- расширение информации об инклюзивных подходах в туризме и успешных примерах доступных туристических объектов.

Обобщая представленный материал можно сделать следующий вывод: обеспечение доступности и инклюзии в сельском туризме является актуальной задачей как на национальном уровне, так и на уровне отдельных объектов. Доступность предполагает равный доступ для всех без исключения к инфраструктуре, транспорту, информации и услугам регулируется международными и национальными стандартами и другими нормативно-правовыми документами. Доступность и инклюзивность актуальны для широкого спектра пользователей (пожилых людей, семьей с маленькими детьми, беременных женщин и т.д.), но для людей с инвалидностью наличие доступных условий является критически важным при планировании отдыха. Анализ белорусской практики показывает, что доступность сельских усадеб носит скорее точечный, а не системный характер. Отдельные усадьбы, такие как усадьба «Мир пчёл», «Кони-пони», «За мосточком», «Ганка», «Налибокские васильки», обладают достаточным уровнем доступности благодаря участию в международных проектах, однако они не представляют это как свое конкурентное преимущество. Анализ данных, представленных на государственных ресурсах (сайт Национального агентства по туризму и АИС «Доступная среда») выявил такие недостатки как неполные либо крайне ограниченные данные о доступности размещенных на них сельских усадеб, общий низкий уровень доступности представленных объектов, неудобство использования данных ресурсов для потенциальных туристов. Автором предложен ряд рекомендаций по повышению доступности сельского туризма на уровне отдельных усадеб (оценка доступности по стандартам, план реконструкции или временные решения, консультации с профильными организациями, полное и актуальное информирование на сайтах и обучение персонала) и на национальном уровне (финансовая поддержка (субсидии, льготные кредиты), разработка специальных стандартов для сельских усадеб, обучение владельцев, включение показателей доступности в национальные программы, интеграция данных об объектах в туристические порталы и распространение лучших практик). Реализация данных рекомендаций позволит повысить доступность сельского туризма для людей с особыми потребностями и, как следствие, привлечь новый сегмент туристов к отдыху в сельской местности.

Список использованных источников

1. Борисенко, Н. М. Развитие инклюзивного туризма на международном рынке туристических услуг : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.14 / Борисенко Наталья Михайловна ; науч. рук. Л.М.Гайдукевич; Белорусский государственный университет. – Минск, 2023. – 251 л.

2. Конвенция о правах инвалидов [Электронный ресурс]: принята резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН 61/106 от 13 декабря 2006 г. – URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/disability.shtml (дата обращения: 10.03.2026).

3. ISO 21902:2021(en) Tourism and related services – Accessible tourism for all – Requirements and recommendations // International Organization for Standardization. – URL: https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:21902:ed-1:v1:en (дата обращения: 12.02.2026).

4. Disability:IN [Электронный ресурс]: официальный сайт. – URL: https://disabilityin.org/ (дата обращения: 20.02.2026).

5. Disability and health: fact sheet / World Health Organization. – 2023. – URL: https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health (дата обращения: 20.03.2026).

6. Disability Inclusion Playbook for the Accommodation Sector / The Ascott Limited; при поддержке SG Enable, World Sustainable Hospitality Alliance, The Valuable 500. – Singapore, 2025. – URL: https://www.sgenable.sg/docs/disability-inclusion-playbook-accomodation.pdf (дата обращения: 06.03.2026).

7. Борисенко-Клепач, Н. М. Материалы по изучению мирового и белорусского опыта организации инклюзивного туризма / Н. М. Борисенко-Клепач. – Минск, 2022.

8. World Tourism Organization. Recommendations on Accessible Tourism / UNWTO. – Madrid, 2013. – URL: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284415984 (дата обращения: 18.02.2026).

9. Об обеспечении доступной среды для инвалидов : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 21 нояб. 2022 г. № 796 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22200796 (дата обращения: 09.03.2026).

10. СН 3.02.12-2020. Среда обитания для физически ослабленных лиц = Асяроддзе пражывання для фізічна аслабленых асоб. – Введ. 13.11.2020. – Минск : Минстройархитектуры Респ. Беларусь, 2021. – 65 с. – URL: https://gosstandart.gov.by/standarty-dlya-obespecheniya-dostupnoy-sredy (дата обращения: 09.03.2026).

11. Стандарты для обеспечения доступной среды // Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь. – URL: https://gosstandart.gov.by/standarty-dlya-obespecheniya-dostupnoy-sredy (дата обращения: 09.03.2026).

12. Борисенко-Клепач, Н. М. Доступность информации о культурных и туристических услугах и мероприятиях как неотъемлемое условие развития инклюзивного туризма в Республике Беларусь / Н. М. Борисенко-Клепач, Л. Е. Можаева, Н. М. Шевко // Развитие инклюзивного туризма в Беларуси и мире : Материалы междисциплинарного семинара, Минск, 11 ноября 2021 года. – Минск: Белорусский государственный университет, 2022. – С. 11-18.

13. Руководство по обеспечению доступности веб-контента (WCAG) 2.0: рекомендация W3C от 11 декабря 2008 г. / пер. на рус. яз. Д. Новичков. – 28.02.2013. – URL: https://www.w3.org/Translations/WCAG20-ru/ (дата обращения: 16.02.2026).

14. Развитие туризма, деятельность туристических организаций, средств размещения Республики Беларусь за 2025 год: статистический бюллетень / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2026. – URL: https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/68d/18986ybe4fkssmohmlbi61uvzl41prlb.pdf (дата обращения: 20.03.2026).

15. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2025: статистический буклет / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2025. – 28 с. – URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/turizm/statisticheskie-izdaniya/index_151280/ (дата обращения: 20.03.2026)

16. В Беларуси разработано около 190 турмаршрутов и экскурсий для людей с ограниченными возможностями // Советская Белоруссия. – URL: https://www.sb.by/articles/v-belarusi-razrabotano-okolo-190-turmarshrutov-i-ekskursiy-dlya-lyudey-s-ogranichennymi-vozmozhnostya.html (дата обращения: 20.03.2026).

17. Доступные экскурсии и туры в Могилевской области // Национальное агентство по туризму Республики Беларусь. – 06.05.2022. – URL: https://belarustourism.by/blog/ekskursii-i-tury-dlya-inklyuzivnykh-turistov-v-mogilevskoy-oblasti/ (дата обращения: 20.03.2026).

18. Доступные экскурсии и туры в Витебской области // Национальное агентство по туризму Республики Беларусь. – 02.05.2022. – URL: https://belarustourism.by/blog/ekskursii-i-tury-dlya-inklyuzivnykh-turistov-v-vitebskoy-oblasti/?clear_cache=Y (дата обращения: 20.03.2026).

19. Инклюзивный туризм // Солигорский районный исполнительный комитет. – 25.06.2025. – URL: https://soligorsk.gov.by/turizm-i-otdyh/vidy-turizma/inklyuzivnyj-turizm/ (дата обращения: 20.03.2026).

20. Доступные экскурсии и туры в Минской области // Национальное агентство по туризму Республики Беларусь. – URL: https://belarustourism.by/inklyuzivnyy-turizm/?ELEMENT_ID=23538 (дата обращения: 20.03.2026).

21. Доступные экскурсии и туры в Гомельской области // Национальное агентство по туризму Республики Беларусь. – URL: https://belarustourism.by/inklyuzivnyy-turizm/?ELEMENT_ID=23536 (дата обращения: 20.03.2026).

22. Доступные экскурсии и туры в Гродненской области // Национальное агентство по туризму Республики Беларусь. – URL: https://belarustourism.by/inklyuzivnyy-turizm/?ELEMENT_ID=23535 (дата обращения: 20.03.2026).

23. Публичная кадастровая карта // Научно-производственное государственное республиканское унитарное предприятие «Национальное кадастровое агентство». – URL: https://map.nca.by/ (дата обращения: 20.03.2026).

24. С 1 января начала работу карта доступности объектов социальной инфраструктуры // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – 03.01.2025. – URL: https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2025/january/80131/ (дата обращения: 20.03.2026).

25. Интерактивная карта доступной среды // Автоматизированная информационная система «Доступная среда» / Комитет по труду, занятости и социальной защите Мингорисполкома. – URL: https://psz.gov.by/ds/map/index (дата обращения: 20.03.2026).

РАЗДЕЛ IV. ИДЕНТИЧНОСТЬ, КУЛЬТУРА И УСТОЙЧИВЫЕ ТУРИСТСКИЕ ПРОДУКТЫ

The Role of Identity in Agritourism Performance: Evidence from Benguet, Philippines

Dr. Ayson D. Depayso[65], Venus E. Labbutan[66], Kahren Wayet[67]

ABSTRACT

Agritourism has emerged as a strategic pathway for rural development by integrating agriculture, culture, and tourism into a unified economic activity. This study examines the role of identity in shaping the performance of agritourism enterprises in Benguet, Philippines. Using a descriptive survey design, data were collected from 19 agritourism operators and analyzed through descriptive statistics and thematic analysis. Results indicate that agritourism identity anchored in natural landscapes, cultural heritage, and community participation significantly enhances economic performance, customer satisfaction, social inclusion, and environmental sustainability. The findings highlight that identity is not merely symbolic but functions as a strategic asset that strengthens competitiveness and resilience. This study contributes to the literature by providing empirical evidence from a developing country context and offers policy and managerial implications for strengthening agritourism enterprises.

Keywords: agritourism, identity, rural tourism, business performance, Philippines

INTRODUCTION

Agritourism has increasingly been recognized as a viable strategy for rural development, particularly in regions where agriculture remains central to local livelihoods. Republic Act 10816, also known as the Farm Tourism Development Act of 2016, was enacted in recognition of the strong potential of farm tourism in the Philippines to drive economic growth, support rural development, and preserve cultural heritage. The law integrates agriculture and tourism to attract visitors, create additional income opportunities for

[65] Dr. Ayson D. Depayso, LPT Faculty, Cordillera Career Development College
[66] Venus E. Labbutan, LPT Faculty, Cordillera Career Development College
[67] Kahren Wayet, Faculty, Cordillera Career Development College

farmers, and promote local products. It also establishes the Farm Tourism Development Board to ensure coordinated policymaking and provide support to stakeholders. Furthermore, the Act encourages sustainable tourism practices, offering hands-on learning experiences while safeguarding the environment and cultural traditions.

Agritourism in Benguet, Philippines offers a rich and immersive experience that blends agriculture with tourism. Renowned for its terraced farms, productive vegetable gardens, and vibrant cultural heritage, the province allows visitors to participate in activities such as strawberry picking, vegetable harvesting, and coffee processing. Indigenous communities also play a vital role by welcoming tourists through cultural performances and homestay programs, providing valuable insights into their traditions and way of life.

This growing industry not only supports economic development but also encourages the adoption of sustainable farming practices and the preservation of cultural heritage, making Benguet an attractive destination for environmentally conscious travelers. More broadly, agritourism in the Cordillera contributes to rural economic growth by reducing dependence on traditional farming methods and creating additional sources of income for farmers.

Agri-tourism is more than just a passing trend; it responds to the increasing demand for travel experiences centered on wellness and nature. Farmers in Benguet, who once focused solely on crop production, have embraced a modern approach to farm hospitality by welcoming visitors to experience rural life firsthand. Through participation in agritourism activities, tourists gain a restorative experience reconnecting with nature while developing a deeper appreciation for sustainable agricultural practices.

Furthermore, agritourism allows visitors to engage directly with farming practices, local culture, and the natural environment. These interactions create meaningful experiences that go beyond conventional tourism. At the heart of these experiences is identity a multidimensional construct encompassing cultural, environmental, and social elements that define a place and its people.

Despite growing interest in agritourism, limited empirical research has examined how identity influences business performance, particularly in developing economies. Most studies focus on economic outcomes or tourism demand, often overlooking the role of cultural and environmental identity as drivers of success. This study addresses this gap by investigating

the relationship between agritourism identity and performance in Benguet, Philippines.

Specifically, this research aims to:

Describe the profile of agritourism operators;

Examine the key elements of agritourism identity;

Assess business performance across economic, social, and environmental dimensions; and

Analyze how identity influences these performance outcomes.

LITERATURE REVIEW

2.1 Agritourism as a Multifunctional Strategy

Agritourism is widely defined as the integration of agricultural activities with tourism services, offering visitors experiential opportunities while generating additional income for farmers (Phillip et al., 2010). It supports diversification, enhances rural economies, and promotes sustainable development (Barbieri, 2013). As a multifunctional activity, agritourism contributes not only to economic growth but also to social cohesion and environmental stewardship (Wilson, 2007).

2.2 Concept of Identity in Tourism

Identity in tourism refers to the distinctive characteristics that define a destination. These include tangible elements such as landscapes and products, as well as intangible aspects such as traditions, values, and social practices. Identity plays a crucial role in shaping tourist perceptions and experiences. Authenticity, a key component of identity, has been identified as a major factor influencing tourist satisfaction (Kastenholz et al., 2012).

2.3 Natural and Cultural Dimensions

Natural landscapes are central to agritourism identity. Scenic views, biodiversity, and climate conditions contribute to destination attractiveness (Lane, 1994). Cultural elements, including traditional farming practices and local heritage, further enrich the visitor experience. Together, these dimensions create a strong sense of place.

2.4 Social and Gender Dimensions

Agritourism promotes inclusivity by providing opportunities for women, youth, and marginalized groups. Studies have shown that women often play significant roles in managing agritourism enterprises, contributing to both economic and social outcomes (Brandth & Haugen, 2011).

2.5 Identity and Business Performance

Business performance in agritourism extends beyond financial indicators. It includes social benefits such as community engagement and environmental outcomes such as sustainable practices. While previous studies acknowledge the importance of identity, empirical evidence linking identity to performance remains limited.

METHODOLOGY

3.1 Research Design

A descriptive survey design was employed to examine the relationship between agritourism identity and business performance.

3.2 Participants

The study involved 19 agritourism operators, primarily from Benguet, Philippines. Participants included owners and managers of small- to medium-scale agritourism enterprises.

3.3 Instrumentation

A structured questionnaire was used, consisting of five sections: demographic profile, identity indicators, services, performance metrics, and stakeholder engagement.

3.4 Data Analysis

Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, while qualitative responses were examined through thematic analysis. Reliability testing yielded Cronbach’s alpha values between .90 and.96.

RESULTS AND DISCUSSION

4.1 Operator Profile Findings indicate diversity in agritourism enterprises, including vegetable farms, coffee plantations, and community-based tourism sites. The region's geography significantly shapes business identity.

4.2 Education and Experience Most operators have college education, though many lack prior professional experience, suggesting accessibility for new entrepreneurs.

4.3 Business Characteristics Most enterprises are small-scale and relatively new, indicating a growing industry. Value-added processing remains limited.

4.4 Services and Market Orientation Day-Tour services dominate, with domestic tourists as the primary market.

4.5 Economic Performance Operators reported increased revenue, improved marketing, and more stable income streams.

4.6 Social Performance Agritourism enhances inclusivity, providing opportunities for women and community members.

4.7 Environmental Performance Sustainable practices such as organic farming and conservation are commonly adopted.

4.8 Role of Identity Identity emerges as a key determinant of success. Authentic experiences based on culture, environment, and community values enhance customer satisfaction and competitiveness.

DISCUSSION

The findings of this study affirm that identity plays a central and strategic role in shaping agritourism performance in Benguet, Philippines, influencing how local communities develop and promote farm tourism. The Philippines, with its extensive agricultural land, provides a strong foundation for this industry, and the Farm Tourism Development Act of 2016 further supports its growth. Farm tourism serves as an effective strategy for farm diversification, offering rural communities additional sources of income. When compared with global studies, similarities and differences emerge, offering deeper insight into how identity shapes agritourism across diverse contexts.

First, the strong relationship between identity and customer satisfaction observed in this study aligns with findings from Europe and North America, where authenticity has been consistently identified as a key determinant of

tourist experience (Kastenholz et al., 2012; Phillip et al., 2010). Farmers in Benguet have become creative entrepreneurs, blending traditional farming practices with the needs of modern tourists. By offering agritourism experiences, these farmers are able to diversify their income and promote sustainable practices. Visitors can engage in activities such as picking fresh vegetables, learning about organic farming, and participating in traditional agricultural practices. These experiences allow tourists to gain a hands-on understanding of the hard work and dedication required to produce the food they consume.

In countries such as Italy and Spain, agritourism enterprises leverage cultural heritage, traditional cuisine, and rural lifestyles to create immersive experiences. Similarly, operators in Benguet emphasize natural landscapes, local farming practices, and community interaction. This suggests that regardless of geographic location, authenticity remains a universal driver of agritourism success.

Second, the economic benefits reported by respondents such as increased revenue and income stability reflects global evidence that agritourism enhances farm viability and diversification (Barbieri, 2013). In the United States, agritourism has been shown to provide supplementary income that stabilizes farm operations during periods of agricultural uncertainty. Likewise, in developing countries such as Thailand and Vietnam, agritourism contributes to rural income generation and poverty alleviation. The findings from Benguet reinforce this pattern, demonstrating that identity-based experiences can translate into tangible financial gains.

However, a key distinction emerges in the scale and maturity of agritourism enterprises. In many developed countries, agritourism businesses are more established, with advanced infrastructure, marketing systems, and policy support. In contrast, the enterprises in Benguet are relatively young and small-scale. This reflects broader trends in developing economies, where agritourism is still evolving and faces challenges related to funding, training, and market access. Despite these limitations, the strong emphasis on identity allows these enterprises to remain competitive by offering unique and localized experiences.

According to Herald Express, small and medium-sized farms in Benguet are adapting their farming practices to offer experiences that visitors can see, enjoy, and immerse themselves in. The province’s pastoral landscapes shrouded in mist and fog, dotted with pine trees, and framed by vibrant vegetable and flower gardens create an ideal setting for eco-tourism and nature enthusiasts. Scenes of farmers in Benguet quietly tending their

crops reflect the calm and serenity of nature, providing visitors with a peaceful escape from the pressures and fast pace of everyday life.

Another important point of comparison lies in social outcomes. The study highlights the significant participation of women in agritourism, consistent with global research indicating that agritourism promotes gender inclusivity (Brandth & Haugen, 2011). In Scandinavian countries, for example, women often lead agritourism initiatives, reshaping traditional gender roles in rural economies. Similarly, in Benguet, women play key managerial and operational roles, suggesting that agritourism can serve as a platform for empowerment across diverse cultural contexts.

Environmental sustainability is also a shared theme. Globally, agritourism is associated with environmentally responsible practices, including organic farming, conservation, and eco-friendly tourism activities. The findings of this study support this perspective, as many operators reported adopting sustainable practices.

Today, many tourists are increasingly aware of their environmental impact and actively seek eco-friendly travel experiences. Agritourism sites in Benguet provide a sustainable alternative to mass tourism by prioritizing environmental responsibility. These practices include reducing the carbon footprint of farming activities, minimizing waste, and protecting natural habitats. By integrating sustainability into their operations, agritourism helps shield the land from the adverse effects of over-tourism. In supporting these farms, visitors contribute to the conservation of delicate ecosystems, ensuring that Benguet's scenic landscapes are preserved for future generations. However, compared to countries with stricter environmental regulations, sustainability efforts in Benguet are often informal and driven by local values rather than institutional requirements. This highlights the need for stronger policy frameworks to support and standardize sustainable practices.

Furthermore, the role of domestic tourism observed in this study reflects patterns seen in other developing regions. While international tourism dominates in many European agritourism destinations, domestic visitors play a crucial role in sustaining agritourism in countries like the Philippines, India, and Indonesia. This reliance on local markets reinforces cultural identity, as experiences are designed to resonate with local traditions and preferences.

Overall, the comparison with global findings underscores that while the core principles of agritourism authenticity, diversification, and sustainability are consistent across contexts, the way identity is expressed and leveraged

varies depending on local conditions. In Benguet, identity is deeply rooted in community life and environmental context, making it both a cultural asset and a strategic resource.

These findings contribute to the broader understanding of agritourism by demonstrating that identity is not merely a descriptive characteristic but a dynamic factor that directly influences performance outcomes. The study extends global literature by providing evidence from a developing country context, highlighting both the opportunities and challenges faced by emerging agritourism sectors.

IMPLICATIONS

6.1 Policy Implications

Government support is needed for training, infrastructure, and marketing.

6.2 Managerial Implications

Operators should invest in branding, product development, and service diversification.

6.3 Theoretical Implications

This study contributes to literature by linking identity with measurable performance outcomes.

Conclusion and Recommendations

Agritourism in Benguet, Philippines is a multidimensional sector where identity drives economic, social, and environmental performance. Natural landscapes, cultural heritage, and community participation collectively shape authentic experiences that attract visitors and enhance sustainability. By leveraging identity, operators can differentiate themselves, improve business outcomes, and support rural development. Strengthened policy support, value addition, and market expansion will further enhance the sector’s potential.

Overall, the study highlights that identity plays a central role in the success of agritourism businesses in the Philippines. By embracing their natural environment, cultural heritage, and community values, these enterprises are able to create meaningful experiences that attract visitors and support local development.

However, there are still areas that need improvement. Many businesses could benefit from stronger support in terms of product development, certification that is anchored with training that is necessary in advancing the

agritourism specifically, and marketing. Government agencies and stakeholders should cooperate and work hand in hand because they play a pivotal role in providing training, funding, and infrastructure for better and sustainable agritourism industry in Benguet, Philippines.

Final Reflection

Agritourism in the Philippines is more than just a business it is a living expression of identity. It reflects how communities see themselves, how they value their traditions, and how they share these with others. By preserving this identity while adapting to modern demands, agritourism has the potential to contribute not only to economic growth but also to cultural and environmental sustainability.

LIMITATIONS AND FUTURE RESEARCH

The study is limited by sample size. Future research should include larger samples and comparative analyses.

REFERENCES

Barbieri, C. (2013). Assessing the sustainability of agritourism. Journal of Sustainable Tourism, 21(2), 252–270.

Barbieri, C., & Mahoney, E. (2009). Farm diversification strategies. Journal of Rural Studies, 25(1), 58–66.

Barroga, R. F., & Libed, J. L. Z. A. (2015). Agritourism farms of the Philippines: A compendium of clean, green, practical and smart farming technologies. Philippine Rice Research Institute.

Brandth, B., & Haugen, M. S. (2011). Farm diversification into tourism. Journal of Rural Studies, 27(1), 35–44.

Cereno, R. P. (2024). Farms for Fun in the Philippines: Opportunities, challenges, and ways forward. FFTC Journal of Agricultural Policy, 6, 60. https://doi.org/10.56669/OYEV3074

Cordillera Administrative Region. (n.d.). Regional profile: Agriculture and tourism in CAR. https://car.gov.ph

Department of Tourism. (n.d.). Farm tourism in the Philippines. https://beta.tourism.gov.ph

DTNT Life. (2024). Benguet agritourism. DTNT Life. https://www.dtnt.life/travel/philippines/cordillera-ar/benguet-agritourism

Herald Express News Team. (2025, December 12). *Enhancing agri-tourism in Benguet*. *Baguio Herald Express*. https://baguioheraldexpressonline.com/enhancing-agri-tourism-in-benguet/

Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., & Lima, J. (2012). Rural tourism experience. Tourism Management Perspectives, 4, 207–214.

Lane, B. (1994). Rural tourism. Journal of Sustainable Tourism, 2(1–2), 7–21.

Mating, K. M. (2025). Problems and opportunities in agritourism among micro entrepreneurs in Kapangan, Benguet. Cognizance Journal of Multidisciplinary Studies, 5(5), 140–148. https://doi.org/10.47760/cognizance.2025.v05i05.013

Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). Agritourism typology. Tourism Management, 31(6), 754–758.

Republic of the Philippines. (2016). Republic Act No. 10816: Farm Tourism Development Act of 2016. Official Gazette of the Republic of the Philippines. https://www.officialgazette.gov.ph/2016/05/16/republic-act-no-10816/

Travel And Tour World. (2025, December 12). Agritourism in Benguet, Philippines: A growing trend in eco-friendly rural tourism that merges nature, culture, and sustainable agriculture. Travel And Tour World. https://www.travelandtourworld.com/news/article/agritourism-in-benguet-philippines-a-growing-trend-in-eco-friendly-rural-tourism-that-merges-nature-culture-and-sustainable-agriculture/

Wilson, G. A. (2007). Multifunctional agriculture. CABI.

Агроэкоусадьба: объект туризма в современной архитектуре Беларуси

С. А. Сергачев[68]

Среди тенденций, характерных в последнее время сфере туризма, особо выделяется стремление отдыхающих выбирать новые маршруты для путешествий и новые места для отдыха, а также большая мобильность путешественников. Многие из них, имея доступ к средствам передвижения, практически всегда готовы отправиться в непродолжительное по времени путешествие [1, с. 32]. Последние годы на рынок туристических услуг Республика Беларусь начала представлять именно тот продукт, который всегда интересовал любителей путешествовать, – некую экзотику в виде фрагментов первозданной природы, сохранившихся традиций быта, культуры, искусства, архитектуры, причем с проявлением интереса к региональным различиям и особенностям. Именно «местное» всегда интересовало туристов. Местные особенности как раз то, чего нет в других странах, – своего рода «экзотика».

Народное зодчество историко-этнографических регионов Беларуси (Поозерье, Поднепровье, Понеманье, Восточное и Западное Полесье, Центральная Беларусь), сложившихся к концу XIX – началу XX вв., отражало особенности быта и хозяйственного уклада местного населения, связи с культурой соседних народов, приемы местных мастеров. Местные исторические, природные и иные условия предопределяли формирование своих приемов и решений, которые становились традиционными для отдельных территорий. Каждый из регионов Беларуси [2, с. 43–44] характеризовался своими особенностями архитектурно-строительного искусства в организации среды в целом, отдельных объектов, малых архитектурных форм. Любая архитектурная форма, допустим, конструкция сруба, форма соломенной кровли, сдержанность декоративного убранства или, наоборот, насыщенность (Рис.1,2) имеет объяснение в природных особенностях того или иного региона Беларуси, в истории и образе жизни местного населения, в приемах и формах производственной деятельности.

---

[68] Сергачев Сергей Алексеевич, доктор архитектуры, профессор, почетный профессор Белорусской государственной сельскохозяйственной академии, Северо-западного политехнического университета КНР. Почетный член Международной академии архитектуры (отделение в Москве).



Рисунок 1



Рисунок 2

Этим же объясняется вариантность композиционных особенностей народного зодчества, а также различия в типологии зданий (Рис. 3,4). При кажущейся простоте крестьянских строений их характеризует многообразие конструктивных решений, обеспечивавших рациональность, унификацию и экономичность конструкций, а также эффективную эксплуатацию сооружений. Свойственный деревянной архитектуре высокий уровень сборности монтажных работ в определенной мере приводил к повторяемости создававшихся форм, но индивидуальность творческого процесса позволяла избегать единообразия.

Несколько лет назад количество объектов агроэкотуризма достигала в Беларуси почти 3000. После оптимизации и уточнения экономических основ их деятельности это количество уменьшилось,

но постепенно система сельского туризма восстанавливается и даже увеличила объемы предоставляемых услуг, например возросло количество туристов, отдохнувших в белорусских усадьбах.



Рисунок 3



Рисунок 4

Сейчас система сельского туризма Беларуси охватывает почти 1500 усадеб (в 2025 г. – 1441 усадьба [3]), а еще и так называемые

«зеленые маршруты» (пешеходные, велосипедные, конные и др.), в той или иной мере использующие, местный материал в виде архитектурной и природной среды, фонда зданий, памятников этнографии и духовного наследия. При создании объектов туризма в виде агроэкоусадеб усадеб, где туристы могут остановиться на ночлег и получить различные виды обслуживания, учитывается потребность в демонстрации именно сельского образа жизни и местных его особенностей. Поэтому всегда есть стремление сохранить местный колорит за счет существующей градостроительной ситуации и сложившегося ландшафта. Здания, как правило, остаются на прежних местах, максимально, даже при их обновлении или модернизации, и даже при существенных перестройках, сохраняется их внешний облик, который был когда-то создан на основе традиционных архитектурно-конструктивных и декоративных решений.

Первый реализованный на практике проект такого типа – «Музейный комплекс старинных народных ремесел и технологий “Дудутки”» в деревне Птичь Пуховичского района Минской области показал, что практически любой историко-культурный ландшафт, то есть место, где что-то когда-то происходило, может представлять значительный интерес. Интерес этот будет, даже если ничего не сохранилось из материальных подтверждений истории. Для «Дудуток» достаточным стало: живописной долины извилистой реки с лирическим названием Птичь; мало прослеживаемых остатков планировки древнего соседнего местечка Дудичи; информации о бывшем в Дудичах дворцово-парковом комплексе с некогда богатым собранием произведений живописи и скульптуры и о живших в этом имении писателях, художниках и меценатах Ельских; легенд, например о событиях 1067 г., когда была битва «На Немиге» и такой известный сейчас город как Минск вошел в историю. Но и этих мифов и преданий оказалось достаточно для создания популярного туристического объекта, где посетители прикасаются к истории, коллекциям этнографии и декоративно-прикладного искусства, знакомятся с приемами и навыками древних ремесел – кузнечное и гончарное дело, деревообработка, ткачество и др. Этот комплекс, архитектура которого по своей сути создавалась на основе реминисценций прошедших периодов белорусской истории (Рис. 5, 6), уже отметил 30-летие своей работы и продолжает успешно принимать новых посетителей.



Рисунок 5

Порой по создании агроэкоусадьбы на прежнем месте сохраняют старый жилой дом, который нередко становится основой и композиционным центром усадьбы (Рис. 3). В этих здания, как правило, происходят изменения, целью которых является более комфортное размещение приезжих – устройство лестницы на чердак и оборудование там спальных мест, перестройка хозяйственного помещения (чаще «каморы») под спальню и т. д. Но прослеживается тенденция к сохранению внешнего облика, масштабности сельской застройки. Прослеживается стремление при приспособлении старого строения применять методы реставрации. Приводятся в порядок хозяйственные постройки – клеть, хлев, баня, летняя кухня и др. Восстанавливаются даже соломенные и гонтовые кровли, локальные варианты малых архитектурных форм (ограды, ворота, колодцы и др.), оконные проемы получают переплеты с характерным для старины частым делением створок на 6–8 частей («Бобровая долина» Щучинского района Гродненской области). Учитывается, что социально-экономические перемены значительно изменили характер сельской архитектуры и того как бы классического облика объектов народной архитектуры конца XIX – начала XX вв. получить сегодня практически невозможно без значительных материальных затрат. Но здания 1920–1950-х гг., сохранившие традиции народного зодчества, даже при окраске их стен масляной краской, тем не менее, продолжают сохранять образы архитектуры многовековой давности.



Рисунок 6

Если же ведущую роль получает новое здание, чаще комфортабельный жилой дом («На Заречной улице» Кобринского района Брестской области), то старое здание обычно служит для размещения постояльцев или для проведения культурно-просветительных мероприятий. Также оно становится подтверждением историчности этого места, хранилищем собранных этнографических коллекций и произведений декоративно-прикладного искусства, собранных в этой деревне или в этом регионе. Но при любом варианте объект агроэкотуризма в виде сельской усадьбы имеет значимость, заключенную в активном образе своего существования – не статика, а сама жизнь во всех ее проявлениях, с включением окружающих пространств, природных особенностей, легенд и преданий, и, самое главное, с использованием элементов современной жизни – с конкретной деревенской улицей, с домами и садами соседей.

Здания с историческим прошлым, которые не имеют статуса историко-культурной ценности, позволяют принимать более свободно решения по их приспособлению. «Кралова хара» в Забродье Россонского района Витебской обрасти разместилась в здании бывшей больницы, деревянном строении конца 1940-х гг. В данном случае успеху содействовало удачное планировочное решение старого здания. Но были и неудачные попытки приспособления невостребованных

общественных зданий. Проблема состояла в типологической специфике планировки (размеры помещений, на примере классов в бывшей школе). Например, осложнялось деление бывших классов на удобные помещений для размещения туристов, печная система отопления становится ненужной, высота помещений и размеры окон, удобные для школы, предопределяют значительные теплопотери и др.

В Василевичах Сморгонского района Гродненской области остатки водяной мельницы в виде обломков стен из тесаных камней, извилистая речка, шум воды, падающей у запруды, подали идею на возрождение уникального по красоте уголка природы. Восстановили стены, тактично надстроили третий этаж, обеспечили на территории благоустройство входной зоны. В результате город Сморгонь (до его всего 3 км) получил прекрасное место для проведения культурно-развлекательных и рекреационных мероприятий. А вмурованная в стену каменная плита с датой строительства «1887 г.» с фамилией строителя и хозяина «А. Тюнович» содействует возникновению у посетителей дополнительного интереса к конкретным фактам местной истории.

Усадьба «Млын» в Новом Свержене Столбцовского района Минской области тоже разместилась в отреставрированном каменном здании бывшей водяной мельницы, которая долгое время была просто руиной.

А основу туристического комплекса «Белые Луга» в Кореличском районе Гродненской области стала целиком деревня Тиневичи с усадьбами 1930–1950-х гг. Жилые дома в комплексе с хозяйственными постройками, вымощенная булыжником улица сохранили достоверный для этого периода образ деревни белорусского Понемонья – одного из историко-этнографических регионов Беларуси (Рис. 8). Здания отреставрированы, на места утраченных домов перенесены подобные дома из соседних деревень. С одной стороны, заметно стремление к обеспечению комфорта для посетителей, а с другой, – применение традиционных архитектурно-конструктивных и художественных решений. Нет украшательства и бутафорных этномотивов, демонстративного использования современных строительных и отделочных материалов. Восстановление интерьеров также ориентировано на сохранение традиционных решений. Содействуют этому минимальные изменения планировки домов, использование аутентичных печей и самодельной мебели, традиционной бытовой посуды и др.

Подобное сохранение целого сельского поселения в его природном окружении с самого начала работ вызвало интерес у посетителей. Но этот пример показывает, что в Беларуси еще не пользуются при создании объектов агроэкотуризма таким решение, как «мини-скансен» – объект туризма в виде одной или нескольких сохранившихся усадеб, которые отражают региональные архитектурно-строительные традиции сельского образа жизни. В этом видится большой потенциал для сохранения самой незащищенной части архитектурного наследия – произведений деревянного зодчества.



Рисунок 7

Известны примеры переноса на созданную агроэкоусадьбу произведений народного зодчества, которые имеют высокое историческое и архитектурно-художественное значение и даже отличаются особой технической сложностью. Первыми были «Дудутки» в Пуховичском районе Минской области, куда была перевезена и восстановлена в рабочем состоянии ветряная мельница из Кормянского района Гомельской области. Кстати, это сооружение удачно вошло в панорамы пейзажей вдоль реки Птичь и стало своеобразным символом всего музейного комплекса. Такие объекты всегда привлекают внимание. Поэтому неудивительно, что и другие агроэкоусадьбы воспользовались таким приемом: фермерское хозяйство «Николин остров» в Светлогорском районе Гомельской

области – ветряная мельница «шатрового» типа; агроэкоусадьба «Студинка» Кобринского района Брестской области – ветряк размерами поменьше, «козлового» типа. При этом стремятся тактично-уважительно использовать строительные решения, что позволяет и здание сохранить, и создать с их участием уникальные уголки современной архитектурной среды.



Рисунок 8



Рисунок 9

Но и при модернизации зданий («Веселая хата» в Копыльском районе Минской области, «Хата под кленами» в Поставском районе Витебской области, «У Рыся» в Свислочском районе Гродненской области) старые здания на агроэкоусадьбах могут получать дополнительные пристройки для увеличения количества жилых помещений или какие-то выразительные элементы (галереи, веранды), которые могут повышать привлекательности туристического объекта (Рис. 9). Но в большинстве своем такие перемены являются результатом закономерной эволюции традиционных форм, а потому воспринимаются естественно в застройке поселения и в природной среде. Даже в том случае, если дополняются мотивами рекреационно-юмористической направленности (Рис. 10, 11).



Рисунок 10



Рисунок 11

На всех агроэкоусадьбах формируются своеобразные экспозиции предметов старого быта, которые обладают исторической и художественной ценностью. При чем, туристы, в отличие от обычных музеев, тут же на месте, в комплексе с природой и традиционной архитектурой, получают возможность пользоваться ими, понять для чего они предназначены, как изготовлены и т. д. Поэтому агроэкоусадьбы расширяют возможности использования памятников этнографии и народной архитектуры в целях туристической деятельности, что является отражением общих усилий общества в сохранении историко-культурного наследия.



Рисунок 12



Рисунок 13

Любой объект агроэкотуризма создается комплексно с территорией, с малыми архитектурными формами – ограды, ворота, скамьи, беседки, колодцы и др. Все это обеспечивает композиционную целостность, на основе которой возрождается гармония, к которой всегда стремились произведения народного зодчества. Даже объекты агроэкотуризма на основе зданий коттеджного типа («Над Неманом» в Лидском районе Гродненской области, «Вязынка» в Молодечненском районе Минской области), не претендуя на преемственность архитектурно-строительных традиций, невольно используют композиционные средства, присущие объектам народной архитектуры: связь с природным окружением, выразительность объемных решений, тактичное применение деталей, учет местных природно-климатических условий (Рис. 12).



Рисунок 14

Опыт туристической деятельности показывает, что для постиндустриального общества любой страны становится не безразличным знание об особенностях и этапах своего развития, в том числе и о трудовых достижениях передовиков производства, об истории трудовых будней известных промышленных предприятий. Появилось новое направление в туризме, связанное с посещением реально действующих производств, их музейных экспозиций и выставок образцов выпускаемой продукции. Такое направление, к

тому же, своеобразно дополняет важную для общества работу по профессиональной ориентации подрастающего поколения.

Так, в июне 2026 г. в поселке Усяж Смолевичского района Минской области на базе первого в Беларуси торфобрикетного завода «Усяж», а это одно из ведущих организаций по добыче и переработке фрезерного торфа в Республике Беларусь и странах СНГ, открыли историко-образовательный центр торфяной промышленности. Считается, что производство, работавшее и работающее уже немало десятилетий на благо страны, станет местом притяжения посетителей, поскольку здесь будет развиваться уникальное направление туризма – промышленное [4, 5]. Построено здание для такого центра в стиле современной индустриальной архитектуры. Структура центра включает в учебные помещения, интерактивные локации, зал славы, конференц-зал (Рис. 13). На открытой площадке экспозиция торфодобывающей техники, как ретро, так и новейшей. В планах развития – строительство железнодорожной ветки, с обычной на торфопредприятиях узкой колеей, железнодорожных станций, натурной площадки киностудии «Беларусьфильм» и гостиницы «Торф-отель», организации экскурсий и разработка туристских маршрутов (железнодорожных, пеших и велосипедных) и др.



Рисунок 15

То, что торфобрикетный завод «Усяж» входит в структуру предприятий Министерства энергетики Республики Беларусь, свидетельствует о понимании государством важности и возможностей потенциала сельского туризма.

Как и открытие в Березинском биосферном заповеднике (Лепельский район Витебской области) «Центра мифологического туризма», позволившее выйти за рамки привычного понятия «музея» и соединить музейную деятельность с экотуризмом. Там появилась «Экологическая мифическая тропа», позволяющая туристу после музейных статических стен попасть в мир живой природы, в которую гармонично вписаны инсталляции мифологических персонажей. Получилось материализовать нематериальное, – мифы, легенды, то есть то, что когда-то предельно серьезно предопределяло жизнь наших предков, устанавливая основы согласованного их сосуществования с силами природы и согласованное выстраивание жизни своей семьи в согласии с общественными представлениями. Основой нового объекта туризма стало ранее построенное небольшое деревянное здание, но уже не вполне загруженное функционально. А информационные технологии, современные методы проектирования, направленные на создание ранее неизвестных архитектурных форм, обеспечили этому совершенно обычному домику с двускатной крышей входную зону в виде террасы с пространственной конструкцией непривычной структуры. Формировали террасу простые конструктивные деревянные элементы, установленные по принципу так называемой «обратной перспективы» (Рис. 14, 15). И это подготавливало посетителя к информации о той мифологии, с которой он раньше нигде не встречался.

Поэтому сфера сельского туризма стала своеобразным полигоном поиска решений по адаптации в современной архитектуре традиционных форм. В таких объектах проявляется масштабность, свойственная сельской архитектуры¸ ориентация на экологические основы сельского образа жизни («Гостиный двор» Быховского района Могилевской области, «Мартинова гусь» Воложинского района Минской области), что также содействует сохранению архитектурно-строительных традиций белорусского народа. Этим реализация идей сельского туризма может оказывать содействие не только сохранению строений и предметов этнографии, представляющих историческую и культурную ценность, но и формированию объектов современной архитектурной среды с высокими архитектурно-художественными и познавательными качествами.

Примечания

1. Клицунова В., Сергачев С. Фактор места – основной акцент архитектуры сельского туризма // Архитектура и строительство (Беларусь). 2008. № 10. С. 32–36.

2. Сергачев С. А. Народное зодчество Беларуси. История и современность. – Минск : Беларуская Энцыклапедыя імя П. Броўкі, 2015. – 560 с.

3. Белстат рассказал, как за год изменилось количество агроусадеб в стране. – URL: https://officelife.media/news/70253-belstat-rasskazal-kak-za-god-izmenilos-kolichestvo-agrousadeb-v-belarusi-/. (дата обращения: 10.06.2026).

4. Кузница кадров и точка притяжения туристов: в Усяже открыли уникальный центр торфяной промышленности. – URL: https://mlyn.by/09062026/kuznicza-kadrov-i-tochka-prityazheniya-turistov-v-usyazhe-otkryli-unikalnyj-czentr-torfyanoj-promyshlennosti. (дата обращения: 10.06.2026).

5. Историко-образовательный центр торфяной промышленности открылся в Смолевичском районе. – URL: https://belta.by/regions/view/istoriko-obrazovatelnyj-tsentr-torfjanoj-promyshlennosti-otkrylsja-v-smolevichskom-rajone-785403-2026/. (дата обращения: 10.06.2026).

Подписи под рисунками

1. Застройка улицы в Стоневичах Ивьевского района Гродненской области

2. Застройка улицы в Стоневичах Ивьевского района Гродненской области

3. Церковь в Здитово Жабинковского района Брестской области. Начало XVII в.

4. Костел в Дудах Ивьевского района Гродненской области. XVIII в.

5. Музейно-производственный корпус «Музейного комплекса старинных народных ремесел и технологий “Дудутки”» в Пуховичском районе Минской области

6. Фрагмент экспозиции в «Музейном комплексе старинных народных ремесел и технологий “Дудутки”» в Пуховичском районе Минской области

7. Жилой дом начала XX в. на агроэкоусадьбе «Лавриновичи» в Зельвенском районе Гродненской области

8. Деревня Тиневичи – агроэкоусадьба «Белые луга» в Кореличском районе Гродненской области

9. Жилой дом 1880 г. строительства на агроэкоусадьбе «Весёлая хата» в Копыльском районе Минской области

10. Баня на на агроэкоусадьбе «Весёлая хата» в Копыльском районе Минской области

11. Беседка на агроэкоусадьбе «Над Неманом» в Лидском районе Гродненской области

12. Агроэкоусадьба «Мотольская Венеция» на реке Ясельда в агрогородке Мотоль Ивановского района Брестской области (из открытых интернет-источников)

13. Историко-образовательный центр торфобрикетного завода «Усяж» в поселке Усяж Смолевичского района Минской (из открытых интернет-источников)

14. «Центр мифологического туризма» в Березинском биосферном заповеднике в Лепельском районе Витебской области

Входная терраса «Центра мифологического туризма»в Березинском биосферном заповеднике в Лепельско

РАЗДЕЛ V. СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ: ПОТЕНЦИАЛ, БАРЬЕРЫ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

Современное состояние и оценка развития туризма в сельских территориях Республики Таджикистан в условиях зеленой экономики

к.э.н., доцент Машокиров Джахонгир Неъматуллоевич[69]

Как отдельная категория туризма, сельский туризм обладает уникальными организационными характеристиками. Сельский туризм традиционно является одним из самых экономически эффективных видов туризма. В этом виде туризма, как правило, нет особых расходов на содержание персонала, нет крупных ферм, а есть лишь незначительные затраты на сезонный ремонт и другие услуги.

В Республике Таджикистан больше всего возможностей для развития туризма. Страна обладает наибольшим потенциалом для развития туризма в Центральной Азии, а мировой рейтинг сайтов и сетей свидетельствует о том, что они оказывают благоприятное влияние на развитие туризма. Британская вещательная корпорация «BBC» также включила Таджикистан в десятку лучших туристических направлений.

В распоряжении туристической отрасли Республики Таджикистан имеется множество различных ресурсов. Таким образом, рассмотрим несколько элементов:

Водные виды спорта на реках и озерах, а также отличные пешеходные и велосипедные маршруты в деревнях предлагают множество вариантов активного отдыха.

Туризм в Республике Таджикистан на сельских территориях требует комплексного подхода, который включает поддержку властей, инвестиции в инфраструктуру, сохранение природных и культурных ресурсов и обучение местных жителей работе в сфере туризма.

[69] к.э.н., доцент Машокиров Джахонгир Неъматуллоевич, исследователь Таллиннского технологического университета, г. Таллинн, Эстония, Международного университета туризма и предпринимательства Таджикистана, г. Душанбе, Республика Таджикистан, E-mail: jahongir.mashokirov@gmail.com, iutet.tj@gmail.com, Тел: WhatsApp // Telegram: +992 93 571 54 54, +992 10 210 27 33

Разработка туристических маршрутов, образовательные инициативы, продвижение устойчивого сельского туризма и внедрение технических достижений – все это:

необходимо для максимального использования туристического потенциала и

устойчивого развития региона.

В качестве ресурсного потенциала отрасли следует рассматривать весь потенциал ресурсов туризма, включая его инфраструктуру, финансовые, человеческие, информационные, материальные и технические ресурсы.

Инфраструктура играет решающую роль в развитии туризма и определяется как двигатель развития сельских районов.

Кроме того, туристические направления нуждаются в туристической инфраструктуре, чтобы извлекать выгоду из отрасли. К ним относятся информационные, транспортные и коммуникационные услуги, проживание, еда и напитки, экскурсоводы, сувенирные магазины и т.д.

Нами в данной работе было использовано исследование с применением метода опроса и наблюдения. Так как наличие статистических данных не позволяло провести анализ в рамках исследования. Данные были получены с помощью анкетирования. Сбор данных в Таджикистане был проведен в октябре-декабре 2020-2023 года и включал 150 респондентов на национальном и местном уровнях.

Среди национальных респондентов - местные университеты, туристические агентства, Комитет по развитию туризма, Министерство экономического развития и торговли и Комитет по местному развитию.

Анализ данных опроса показывает, что за период 2017-2023 годов в регионах Таджикистана было построено или реконструировано 4637 объектов сельской инфраструктуры.

В частности, были приняты меры по строительству и ремонту 420 мостов и 1524 участков местных дорог, а также по модернизации и созданию 52 объектов транспортной и коммуникационной инфраструктуры. Активные усилия были также предприняты по модернизации придорожной инфраструктуры, в том числе по строительству 539 санитарных сооружений.

Кроме того, было построено или отремонтировано 2102 объекта сельской инфраструктуры, таких как электросети, общественные бани,

системы водоснабжения и канализации, а также другие компоненты жизнеобеспечения.

Анализ показал, что развитию сельских районов способствует рост туризма, обеспечивая доступ к чистой воде и общественным туалетам, а также способствуя развитию местных дорог, транспорта и коммуникационной инфраструктуры. Например, по данным Всемирного банка, в настоящее время 55% сельских жителей Таджикистана имеют доступ к чистой воде.

Инфраструктура играет решающую роль в развитии туризма и определяется как двигатель развития сельских районов.

Таблица 1. Развитие сельской инфраструктуры по регионам Таджикистана (количество объектов)

Тип инфраструктуры	РРП	Согдийская обл.	Хатлонская обл.	ГБАО	Итог
Реконструкция местных участков дорог	265	573	649	37	1524
Реконструкция местных мостов (единиц)	114	65	228	13	420
Транспортной и комму-никационной объект	9	16	21	6	52
Придорожные туалеты (единиц)	98	178	214	49	539
Другая туристическая и общественная инфраструктура	297	786	987	50	2102
Итог	783	1618	2099	155	4655

Источник: Результаты социологического опроса, проведённого автором в 2020-2023 г.

Согласно анализу результатов исследования, за последние пять лет в местных регионах Таджикистана было построено более 2000 тысяч туристических объектов.

К ним относятся 97 туристических объектов, 225 туристических агентств, 149 гостиниц, 76 санаториев, 15 туристических баз и кемпингов, 2 пансионата, 806 ресторанов и столовых, 66 сувенирных лавок, 37 туристических информационных центров, 75 парков и фруктовых садов, 55 центров народных ремесел и 595 других объектов, связанных с туризмом [16].

Таблица 2. Туристическая инфраструктура, созданная в регионах Таджикистана

Тип объекта	РРП	Согд	Хатлон	ГБАО	Итог
Туристические объекты	24	27	32	14	97
Туристические агентства	53	65	42	65	225
Гостиницы (отели, мотели)	28	58	51	12	149
Санатории	31	27	13	5	76
Туристические базы и кемпинги	2	9	3	1	15
Пансионаты	1	1	0	0	2
Рестораны и столовые	211	231	313	51	806
Сувенирные лавка	19	22	16	9	66
Туристические центры	1	5	26	5	37
Парки и фруктовые сады	21	12	25	17	75
Центры народных ремесел	22	19	11	3	55
Другие	76	221	242	56	595
Итого	451	672	749	216	2088

Источник: составлено автором на основе [15]

В местном региональном распределении Хатлонская область находится на первом месте с 749 строящимися туристическими объектами, или 35,9% от их общего числа.

На втором месте находится Согдийская область, где было построено 672 или 32,2% туристических объектов. Далее следуют РРП с 451 построенным туристическим объектом, или 21,6%, и ГБАО с 216 туристическими объектами, или 10,3% от общего числа туристических объектов, построенных в период 2017-2023 годов. Это повысило привлекательность направлений туризма в сельской местности, особенно в плане привлечения инвестиций.

Кроме того, в нем представлена информация об источниках финансирования и типах объектов в индустрии туризма.

Анализ потенциала и проблем сельских районов Таджикистана показал, что большинство районов и городов фактически разработали и приняли программы социально-экономического развития. Эти программы предусматривают задачи и меры по созданию новых рабочих мест и повышению уровня жизни. Однако отсутствие источников финансирования является одной из главных проблем для реализации этих программ. Чтобы компенсировать это, правительство предоставляет налоговые и таможенные преференции для

привлечения частных инвестиций.

В итоге, анализ туристической отрасли показывает, что туризм стимулирует инвестиции в сельские регионы.

Результаты исследования показывают, что в период с 2017 по 2023 год туризм принес более 7 миллиардов сомони на развитие туристических удобств, а также на строительство и ремонт сельской инфраструктуры.

Из этой суммы 22% приходится непосредственно на объекты, связанные с развитием туристической инфраструктуры.

В частности, туризм привлек 325,4 млн. сомони на строительство и реконструкцию туристических объектов, включая природные, а также культурные и исторические объекты, 196,2 млн. сомони на размещение, включая гостиницы, хостелы, мотели и гостевые дома, 358,6 млн. сомони на объекты досуга и рекреации, включая санатории, пансионаты и туристические базы, 318,2 млн. сомони - предприятиям общественного питания и напитков и 75,5 млн. сомони - ремесленным и сувенирным магазинам.

Другие средства были привлечены в сельскую инфраструктуру, в частности, 205 млн. сомони - на транспортные и коммуникационные системы, 1832,2 млн. сомони - на строительство местных дорог и мостов, и 2697 миллионов сомони - на другие виды туризма и общественную инфраструктуру. Подробности приведены в таблице 3.

Таблица 3. Притоки инвестиций в туризм и сельскую инфраструктуру в 2017-2023 годах (млн. сомони)

Туристический объект	РРП	Согд	Хатлон	ГБАО	Итог
Туристические сайты	30,7	62	75,6	7	174,3
Отели (хостелы, мотели, гостевые дома)	38,1	39,4	82,3	36,4	196,2
Санатории	10	51,2	198,7	8,1	268
Туристические базы и компании	12,8	54,6	18,5	2,6	88,5
Пансионаты	1,4	0,7	0	0	2,1
Рестораны и столовые	19,8	160,8	128,1	9,5	318,2

Предложение табл. 2.1.3.

Магазины		1,4	1,3	0,9	7
Информ.центры по туризму	0,8	0,5	0,6	0,1	2
Парки и фруктовые сады	20,9	87,1	37,9	5,2	151,1
Центры народных ремесл	13,9	29,9	20,1	4,6	68,5
Транспорт и коммуникации	57,6	58,5	83,5	5,5	205,1
Строительство и реконструкция дорог	256,8	589,1	880,1	64,9	1790,9
Строительство и реконструкция мостов	12,9	9,4	17,1	1,9	41,3
Другие туристические объекты водоснабжения, придорожные туалеты	379	989	1229	106	2697
Итог	852,1	2133,6	2772,8	251,7	6010,2

Источник: Результаты социологического опроса, проведённого автором в 2020-2023 г.

Такая ситуация является результатом введения преференций, особенно налоговых и таможенных льгот, предоставленных туристическому сектору, и показывает влияние развития туризма на привлечение инвестиций в сельские районы. Анализ такого распределения инвестиций по типам инфраструктуры подтверждает, что более 60% инвестиций за последние пять лет было направлено на улучшение местной и туристической инфраструктуры в туристических местах.

К ним относятся: строительство местных дорог и мостов; улучшение доступа к чистой воде и канализационным системам в сельской местности; прокладка новых линий электроснабжения; строительство придорожных туалетов и бань и т.д.

Более подробная информация о распределении по типам инфраструктуры представлена на рисунке 1.

Исследование показывает, что Таджикистан развивает сельские районы в соответствии с принципами концепции “Туризм, прежде всего”, разработанной Бурнсом [3].

Идея “Туризм - прежде всего” предполагает, что дестинации должны сосредоточиться на создании отрасли и использовать подход к развитию туризма, ориентированный на предложение, в то время как “Развитие - прежде всего” сосредоточено на достижении целей национального развития.

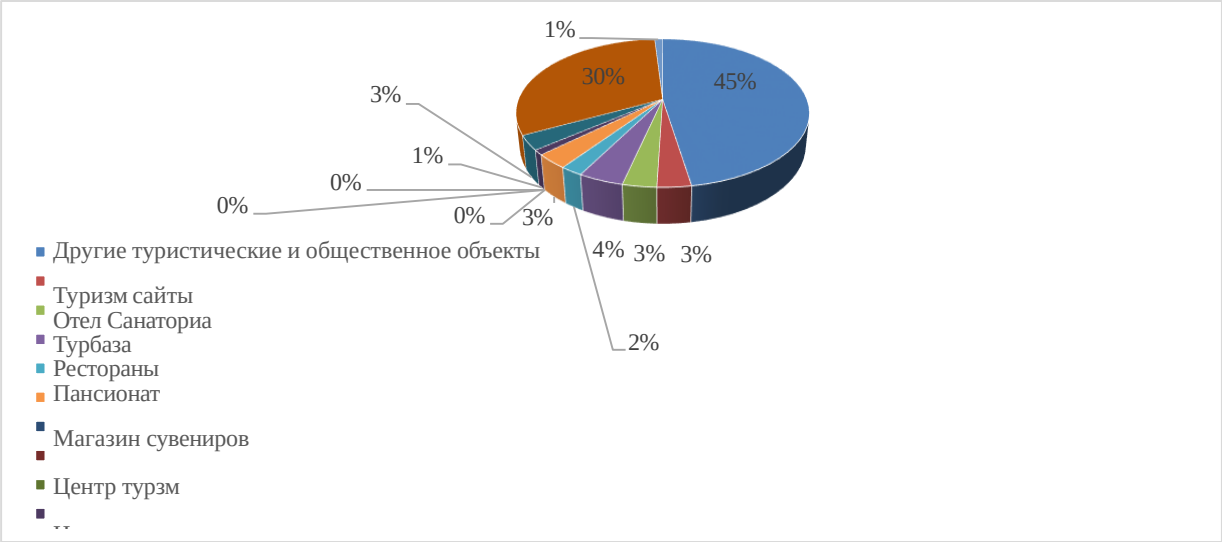


Диаграмма 1. Распределение инвестиций по сегментам

Источник: Результаты социологического опроса, проведённого автором в 2020-2023 г.

Распределение по регионам (рисунок 2.2.) показывает, что Хатлонская область находится на первом месте с 2772,8 тыс. долларов или 46% от общего объема инвестиций, на втором месте - Согдийская область с 2133,6 тыс. долларов или 36, далее - РРП с 852,1 тыс. долларов или 14%, и на последнем месте - ГБАО с 251,7 тыс. долларов или 4% от общего объема инвестиций в развитие туризма и сельских районов в Таджикистане.

Несмотря на то, что ГБАО известен как одно из основных туристических направлений в Таджикистане, анализ показывает, что в общем объеме инвестиций на него приходится наименьшая доля. Это может быть результатом слабой осведомленности местного и иностранного бизнеса о деловых возможностях региона, а также связано с отдаленностью области от центра.

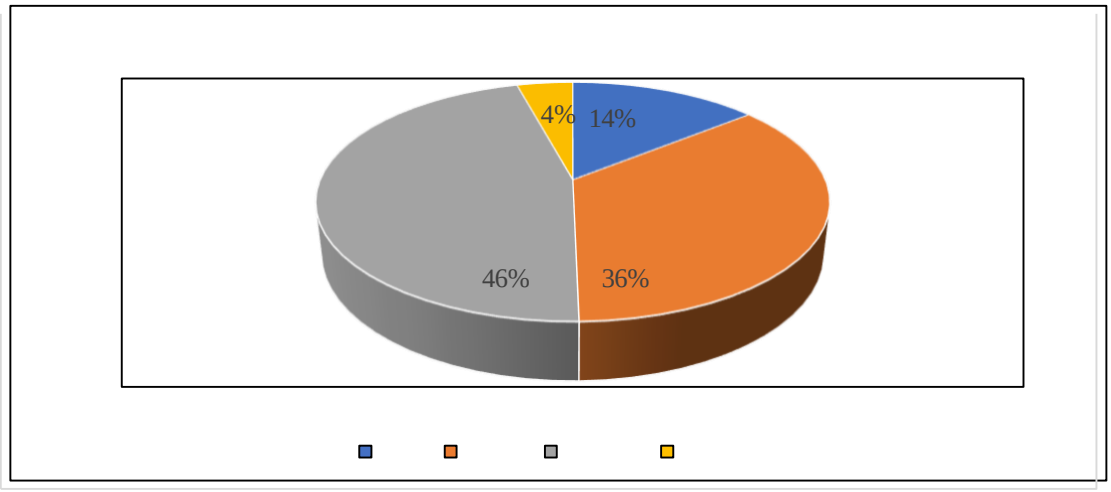


Рисунок 2. Распределение инвестиций по регионам

Источник: Результаты социологического опроса, проведённого автором в 2020-2023 г.

Анализ показывает, что туристический сектор становится привлекательным для инвестиций, особенно после введения налоговых и таможенных преференций в 2018 году.

Например, анализ инвестиций в туристическое жилье показывает, что более 90% инвестиций поступает из частного сектора. Более того, инвестиции в туристическое размещение в местных регионах в 2023 году выросли более чем в 3,5 раза, а количество отелей в местных регионах увеличилось до 169. Эти жилые помещения, как правило, небольшие и предназначены для пеших туристов и любителей приключений [1].

Большинство частных объектов размещения предоставляют только спальные места, есть несколько, которые предоставляют питание и другие услуги посетителям.

Низкие санитарные и другие стандарты обслуживания в семье означают, что они не соответствуют национальным или международным стандартам, и владельцам требуется некоторое обучение по наращиванию потенциала для повышения квалификации.

Тем не менее, туристическое жилье в сельской местности и отдаленных районах является важным источником дохода для местного населения.

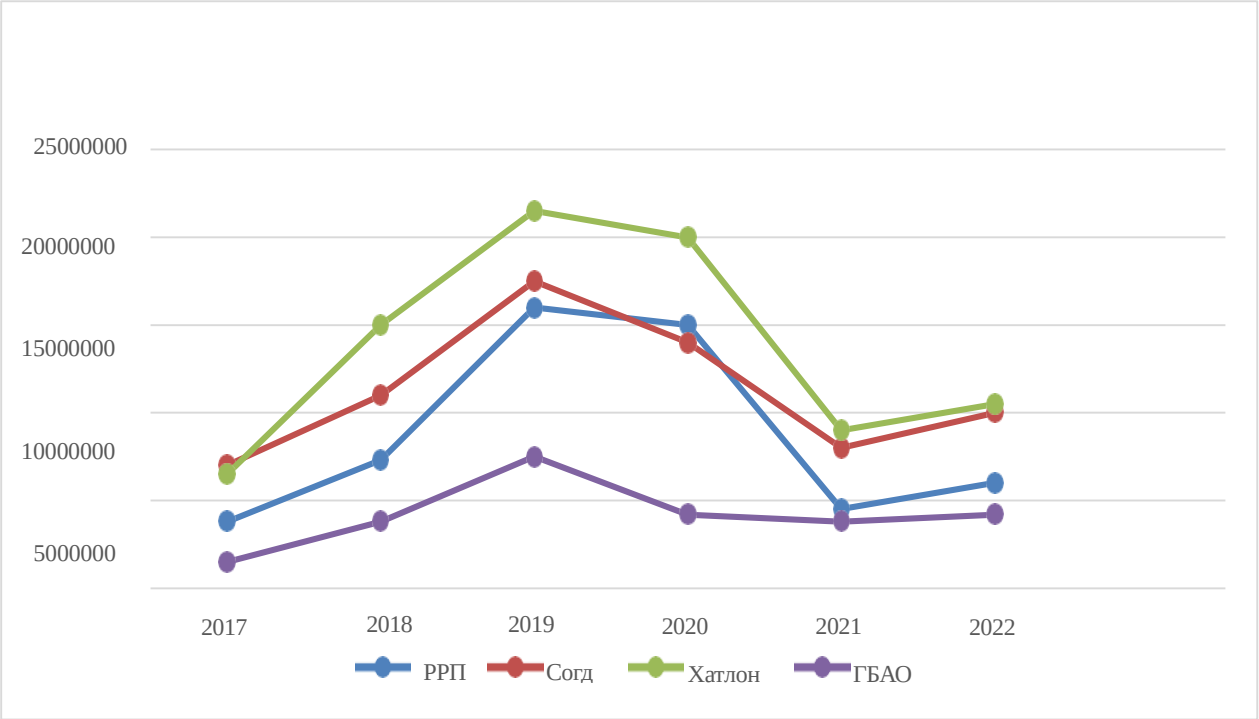


Диаграмма 3. Приток инвестиций в туристические объекты размещения в 2017-2022 годах

Источник: Результаты социологического опроса, проведённого автором в 2020-2023 г.

Анализ источников инвестиций показывает, что сельская инфраструктура, в частности местные дороги, системы водоснабжения и канализации, а также электроснабжение, в основном финансируется государственным сектором (национальный и местные бюджеты).

Из общего числа объектов туризма и сельской инфраструктуры, построенных в течение 2017-2022 годов, 60% были профинансированы государственным сектором, 30% - частными предприятиями и частными лицами и около 10% - за счет иностранной помощи. Анализ также показывает, что частный сектор больше заинтересован в инвестировании в жилье, продукты питания и напитки, транспорт и торговые объекты (см. таблицу 4)

Таблица 4. Источники инвестиций в туризм и сельскую инфраструктуру

Тип объектов	Источник финансирования				
	Государст-венный	Частный	Иностранная помощь	ПИИ	Итого
Туристические сайты	174.4	0	0	0	174.3
Отели (хостелы, мотели, гостевые дома)	21.7	174.5	0	0	196.2
Санатории	95.9	172.1	0	0	268
Турбазы и кемпинги	21.2	67.3	0	0	88.5
Пансионаты	2.1	0	0	0	2.1
Рестораны и столовые	0	318.2	0	0	318.2
Сувенирные лавки	0	7	0	0	7
Туристические центры	2	0	0	0	2
Парки и сады	151.2	0	0	0	151.2
Центры народных ремёсел	0	68.5	0	0	68.5
Транспорт и коммуникации	20.6	153	31.5	0	205.1
Туристические кампании	1273.4	242.9	274.6	0	1790.9
Транспорт и коммуникации	34.4	4.5	2.4	0	41.3
Другое	1560.1	750	386.9	0	2697
Итог	3356.8	1958	695.4	0	6010.2

Источник: Результаты социологического опроса, проведённого автором в 2020-2023 г.

Примечательно, что анализ показывает значительную долю частного сектора в развитии туристической инфраструктуры.

Это также указывает на то, что туризм способствует развитию частного сектора и предпринимательства и создает рабочие места в сельских регионах страны.

Однако, как упоминалось ранее, результаты опроса показывают, что в сельских районах Таджикистана нет прямых иностранных

инвестиций, привлеченных в развитие туризма.

Еще одним фактором, свидетельствующим о росте туризма в Таджикистане, является расширение числа туристических компаний в регионах. Согласно данным Комитета развития туризма, в 2023 году эти услуги были предоставлены 225 туристическими компаниями (диаграмма. 3).

Хотя почти половина туристических компаний сосредоточена в Душанбе, столице Таджикистана, появляются новые туристические компании, которые создаются и развиваются в регионах [11].

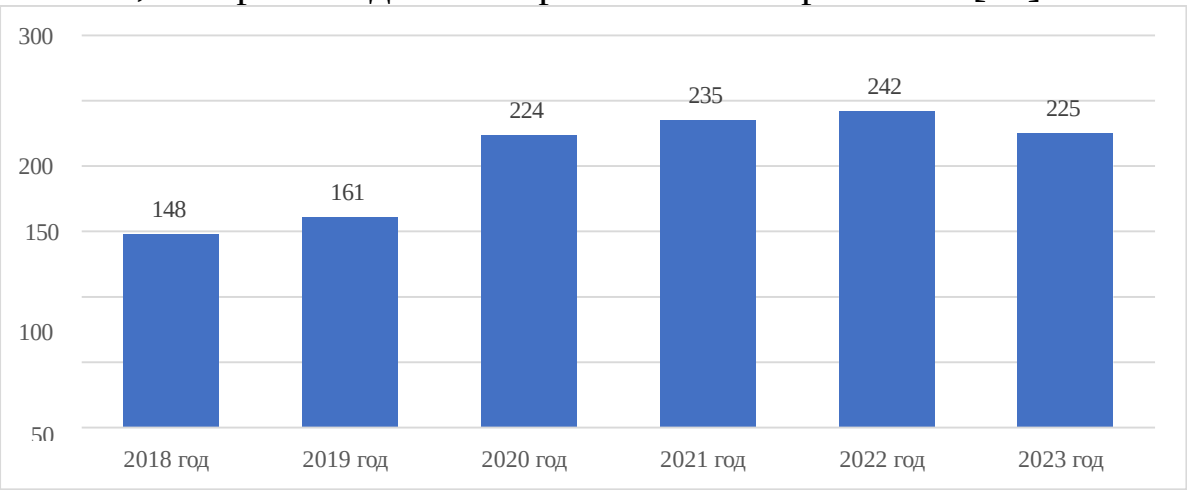


Диаграмма 3. Динамика количества туристических компаний в Таджикистане Источник: Составлено автором на основе [16, с.184].

Этот анализ показывает, что количество туристических компаний увеличилось с 2018 года после того, как правительство освободило туристическую отрасль от налогов и тарифов. Наиболее резкий рост наблюдается в 2020 году - до 224 единиц, что может быть связано с

усилением мер государственной поддержки и ростом интереса к сельскому туризму. В 2021 году рост продолжился и достиг 235 единиц, а в 2022 году показатель достиг своего максимального значения за рассматриваемый период - 242 единицы. В 2023 году наблюдается небольшое снижение до 225 единиц, что может быть связано с влиянием внешних факторов, таких как экономические колебания или изменение туристических потоков. О становлении индустрии туризма в сельской местности говорит и рост числа туристических предприятий.

Например, анализ показывает, что 124 туристических предприятия были основаны в сельской местности. Хотя наибольшее количество туристических компаний находится в Душанбе (столице), наибольшее количество туристических агентств находится в сельской / региональной зоне в ГБАО (21% от общего числа - см. рисунок. 4.)

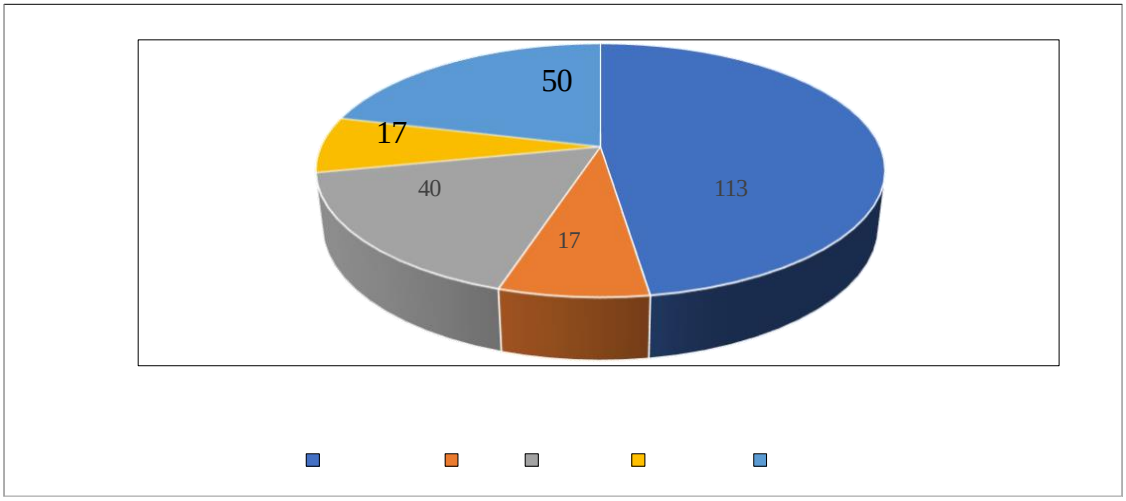


Рисунок 5. Региональное распределение туристических компаний в Таджикистане

Источник Составлено автором на основе [11].

Прямая занятость в сфере туризма рассматривается как рабочие места, которые создаются в отелях, ресторанах, туристических информационных центрах, туристических агентствах, транспорте, на курортах и базах отдыха, сувенирных лавках и других объектах, находящихся в непосредственном контакте с посетителями.

Второй тип – это косвенная занятость, к которым относятся работа в компаниях по производству постельного белья, поставщики ресторанов, ремесленные мастерские, строительные компании, которые строят и обслуживают туристические объекты, и другие компании, доходы которых в большей или меньшей степени зависят от компаний, предоставляющих прямую занятость в сфере туризма. В этом разделе анализируется прямая занятость, которую туризм создал в сельских районах Таджикистана.

Анализ отрасли показывает, что туризм в сельской местности поддерживает примерно 16,5 тыс. рабочих мест, что составляет около 0,7% от общей численности занятых в Таджикистане. Рабочие места в сельских регионах в основном распределены между секторами общественного питания и напитков, размещения и транспорта, на

долю которых приходится 75% от общего числа созданных рабочих мест. Остальные 25% были созданы на туристических объектах, в сувенирных и ремесленных лавках и других операторах индустрии туризма (таблица 5).

Таблица 5. Занятость в туристическом секторе в местных регионах Таджикистан

Тип объекта	РРП	Согд	Хатлон	ГБАО	Итого
Туристические сайты	75	32	227	32	396
Отели (хостелы, мотели, гостевые дома)	87	496	259	324	1139
Санатории	176	792	114	33	1115
Турбазы и кемпинги	21	68	18	5	112
Пансионаты	37	12	0	0	49
Рестораны и столовые	2689	2757	3440	256	8960
Сувенирные лавки	38	36	28	14	116
Туристические центры	7	5	26	5	43
Парки и сады	47	67	156	58	328
Центры народных ремёсел	40	90	51	31	214
Транспорт и коммуникации	134	278	236	94	742
Туристические кампании	73	168	78	186	505
Другие	297	986	1387	187	2839
Итого	3721	5590	6020	1227	16558

Источник: Результаты социологического опроса, проведённого автором в 2020-2023 г.

Анализ показывает, что в сельском региональном разрезе наибольшее количество рабочих мест создано в Хатлонской области, на долю которой приходится более 6 тыс. рабочих мест или 36% от общего количества рабочих мест, созданных туристической отраслью в сельской местности. На втором месте находится Согдийская область, на долю которой приходится 34% занятости в сфере туризма в сельских регионах. Далее следует РРП с 23%, а ГБАО с самой низкой

долей в 7% рабочих мест, созданных туризмом в сельской местности (рисунок 2.5).

В целом анализ показывает, что, хотя туризм создает рабочие места в сельской местности, его доля скромна, что указывает на то, что эта закономерность характеризует ранние этапы развития туризма в сельских регионах Таджикистана.

Более того, результаты опроса показали, что почти 70% рабочих мест в сфере туризма являются сезонными, и только около 30% являются постоянными.

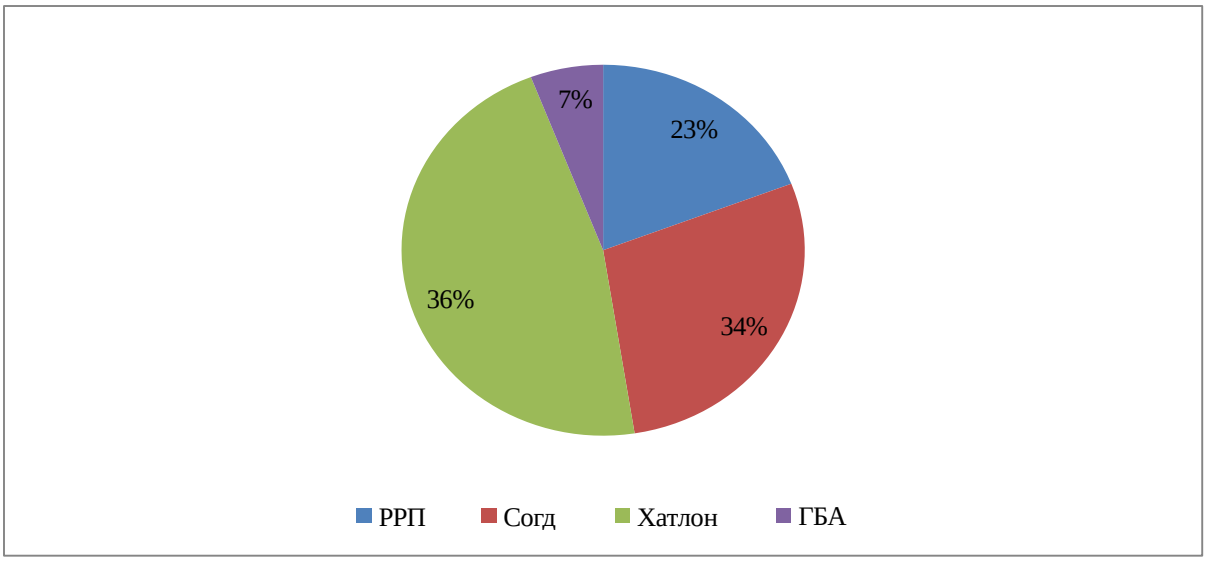


Диаграмма 4. Региональное распределение занятости в сфере туризма в местных регионах Таджикистана.

Источник: Результаты социологического опроса, проведённого автором в 2020-2023 г.

Результаты исследования показывают, что 65% рабочих мест в сфере туризма приходится на работающих женщин и 35% - на мужчин. Женщины в основном работают в качестве домработниц, официанток и посудомоек, а мужчины заняты в сфере транспорта, экскурсионного обслуживания, сопровождения и других сферах в качестве гидов, экскурсоводов и в других сферах. В плане гендерного баланса преобладают женщины, но, как уже говорилось ранее, большинство рабочих мест в туристическом секторе в сельской местности носят сезонный характер, особенно для женщин.

Одна из причин такого доминирования женщин – это низкооплачиваемая работа и тот факт, что большинство мужчин весной и летом мигрируют в другие страны.

Таблица 6. Распределение занятости в секторе туризма по полу в сельских регионах Таджикистана

Тип объектов	Мужчины	Женщины	Всего
Сайты туризма	312	84	396
Отели (хостелы, мотели)	430	709	1139
Санатории	290	825	1115
Тур. базы и кемпинги	39	73	112
Пансионаты	17	32	49
Рестораны и столовые	1475	7485	8960
Магазины сувениров	98	18	116
Туристические информационные центры	17	26	43
Парки и фруктовые сады	270	58	328
Центры народного творчества	165	49	214
Транспорт и коммуникации	714	28	742
Туристические компании	420	85	505
Другие	1586	1253	2839
Всего	5833	10725	1655

Источник: Результаты социологического опроса, проведённого автором в 2020-2023 г.

Если исходить из предположения, что доля сельского туризма сохраняется на уровне приблизительно 15 % от общего числа туристов, то в 2023 году можно оценить количество сельских туристов в около 180–205 тыс. – по сравнению с 307 тыс. в 2019 и 84 тыс. в 2020, это существенный рост, но ещё ниже до вирусного уровня.

Хотя в Таджикистане первые случаи симптомов COVID-19 были зарегистрированы только в начале апреля 2020 года (до апреля 2020 года не было ограничений по приему туристов), пандемия значительно повлияла на отрасль [9].

Пандемия Covid-19 снизила доходы туристического сектора и временно приостановила работу туристических предприятий в сельской местности,особенно в гостиничном и ресторанном сегментах. В результате 90 % представителей туристической отрасли в сельской местности потеряли от 50 до 90 % своих доходов. Совместное планирование и вовлечение местного населения в реализацию туристических программ - один из факторов успеха для устойчивого развития туризма. Результаты исследования показывают,

что все районы и города Таджикистана имеют программы социально-экономического развития.

Туризм определен в качестве приоритетного сектора в Национальный Стратегия Развития-2030. Так, во всех 38 районах и городах респонденты отметили, что их программы социально-экономического развития включают меры по развитию туризма.

Что касается совместного планирования, 8% отметили, что не знают, как разрабатываются программы, и 5% отметили, что не участвовали в разработке программ.Таблица 7. Обобщение результатов опроса по совместному планированию и управлению туризмом в сельских районах Таджикистана

Вопросы	Опционы	Местные регионы				Итого
		РРП	Согд	Хатлон	ГБАО	
Включают ли программы социально-экономического развития вашего района/города меры по развитию туризма?	Да	10	10	10	8	38
	Нет					0
	Не знаю					0
Если да, укажите, пожалуйста, из какого источника финансирования предполагается финансировать разработку?	Национальный бюджет	4	3	3	4	14
	Местный бюджет	4	4	4	2	14
	Частный сектор	1	2	2	1	6
	Иностранная помощь	1	1	1	1	4
	ПИИ					0
Принимали ли вы или представители вашего района/города или муниципалитета участие в разработке программы или плана развития туризма?	Да	8	10	8	7	33
	Нет	1		1		2
	Я не знаю		1	1	1	3
Учитываются ли проблемы развития туризма в вашем районе/городе в национальных стратегиях и программах развития туризма?	Да	8	7	10	7	32
	Нет	1	1			2
	Я не знаю	1	2		1	4

Если да, пожалуйста, укажите:	СРТ 2030	4	3	2	6	15
	ПРТ 2018-2020	3	2	8	5	18
	План действий 2019-2021	5	7	4	7	23
	План действий, посвященный ГРТНР 2019-2021	5	8	8	5	26
Есть ли в вашем районе/городе организация по управлению туристическим направлением?	Да	9	10	10	8	37
	Нет	1				1
	Я не знаю					0
Если да, пожалуйста, укажите:	КРТ	4	3	2	1	10
	Местный муниципалитет	6	6	7	5	24
	Частный сектор		1		1	2
	НПО					0
	Другое			1	1	2

Источник: Результаты социологического опроса, проведённого автором в 2020-2023 г.

По результатам опроса, 74% респондентов в качестве основного источника финансирования программ социально-экономического развития рассматривают национальный и местные бюджеты, 16% - частный сектор, а около 10% - иностранную помощь в частный сектор, и около 10 % назвали иностранную помощь в качестве источника финансирования.

Туризм определяется как перспективный сектор для социально-экономического развития, в частности создания рабочих мест, поэтому все исследованные сельские районы включают туризм в свои программы социально-экономического развития.

Однако результаты исследования показывают, что ни один из районов и городов не имеет собственных программ развития туризма. Кроме того, анализ показывает, что дестинации (Организации по управления дестинацией) не сформировались в сельских районах Таджикистана.

Туризм в основном управляется местными органами власти, и нет никаких дестинаций для координации или помощи предпринимателям в сфере туризма на местах. Результаты опроса показывают, что 63% респондентов в качестве дестинации называют местную власть, 26% -

совет по развитию туризма, 5% - частный сектор, и еще 5 % респондентов упомянули «другое», но не уточнили, что именно они имеют в виду.

Развитие программы туризма через совместное и стратегическое планирование и создание (Организации по управления дестинацией) может помочь в определении задач, повышении внимания заинтересованных в туризме сторон, и способствовать более активному вовлечению местного населения в реализацию программ.

В данном исследовании представлены эмпирические данные о роли туризма в развитии сельских местностей на примере Таджикистана.

Анализ показал, что деятельность по развитию туризма в сельских районах Таджикистана за последние пять лет привлекла более 6 миллиардов сомони (около 0,6 миллиардов долларов США), способствовала строительству более 2000 туристических объектов, а также строительству или реконструкции 4637 объектов местной инфраструктуры [11].

Эта деятельность способствовала созданию более 16,5 тысяч рабочих мест, что составляет 0,7% от общего числа рабочих мест. Ключевыми факторами успеха туризма и развития сельских районов в Таджикистане являются продуманная и спланированная туристическая политика, а также государственная помощь в виде налоговых и таможенных льгот для этого сектора.

Исследование показывает, что несмотря на то, что туристический сектор в Таджикистане находится на ранней стадии развития, он помогает сельским районам развиваться за счет привлечения иностранного капитала, развития инфраструктуры, создания рабочих мест и повышения уровня жизни местного населения, занятости и повышения доходов местных жителей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Burns P. Paradoxes in Planning: Tourism Elitism or Brutalism? // Annals of Tourism Research. 1999. Vol. 26, No. 2. P. 329–348. DOI: https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00105-3.

2. Burns P. Paradoxes in Planning: Tourism Elitism or Brutalism? // Annals of Tourism Research. 1999. Vol. 26, No. 2. P. 329–348. DOI: https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00105-3.

3. № 80 «О Программе развития туризма в Республике

Таджикистан на 2018– 2020 годы». Душанбе: 2018. – 15 с.

4. World Tourism Organization. Basic data and indicators Tajikistan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.5555/unwtotfb07620100201720212022O6, свободный. – Дата обращения: 25.05.2019.

5. Закон Республики Таджикистан «О туризме» Принят постановлением Маджлиси намояндагон Маджлиси Оли Республики Таджикистан от 24 июня 2020 года, №148 «О туризме» Закон Республики Таджикистан от 19.05.2009г., №530// Ахбори Маджлиси Оли Республики Таджикистан.- 2009.- №6. Ст. 740.

6. Закон Республики Таджикистан от 13 декабря 1996 г., «Об особо охраняемых природных территориях и объектах» № 328. Душанбе: 1996.- с.25

7. Концепция перехода Республики Таджикистан к устойчивому развитию утверждена постановлением Правительств Республики Таджикистан от 01 октября 2007 года, №500. Душанбе: 2007

8. О вопросах государственной поддержки развития экотуризма, горно - спортивного туризма и альпинизма в Республике Таджикистан. Постановление Правительства Республики Таджикистан от 4 марта 2005 г. № 80.

9. О Комплексной программе развития Бальджуанского района как зоны международного туризма на 2002- 2016 годы. Постановление Правительства Республики Таджикистан от 3 июля 2002 года, № 276. Душанбе: 2002. с

10. Портал «Туризм Таджикистана» [Электронный ресурс]. – URL: https://tourism.tj/index.php/en/ (дата обращения: 07.04.2021).

11. Послание Президента Республики Таджикистан в Верховное Собрание Республики Таджикистан «О основных направлениях внутренней и внешней политики страны» от 28 декабря 2023 года. Душанбе: 2023. – 63 с.

12. Постановление Правительства Республики Таджикистан от 29 июля 2022 года «О прогнозе основных макроэкономических показателей Республики Таджикистан» на 2023-2025 годы. № 370. Душанбе: 2022. С

13. Постановление Правительства Республики Таджикистан от 31 мая 2019 года, "О Плане мероприятий по реализации Стратегии развития туризма в РТ”.

14. Правительство Республики Таджикистан. Постановление от 1

марта 2018 г.

15. Программа развития туризма в Республике Таджикистан на период 2015- 2017 годы от 1 декабря 2014 года, № 738. Душанбе: 2014.

Республике Таджикистан на период до 2030 года на 2019-2022 годы" №270. Душанбе: 2019.с

16. Статистический ежегодник Республики Таджикистан. - Душанбе, 2023. - 184 с.

17. Стратегия развития туризма в Республике Таджикистан на период до 2030 года [Электронный ресурс]: утверждена постановлением Правительства Республики Таджикистан от 1 августа 2018 г. № 372 // Комитет по развитию туризма при Правительстве Республики Таджикистан. – Режим доступа: https://ctd.tj/ru (дата обращения: 08.07.2024).

Challenges in implementing rural tourism concepts in developing countries

Slawomir Wroblewski, PhD[70]

Abstract

In this article, the author presents an analysis of the conditions that face plans to expand rural tourism in developing countries. The author draws on his own research and observations in Central Asian countries, particularly Uzbekistan, Kazakhstan, and Kyrgyzstan. The article highlights the importance of historical socioeconomic conditions, such as the level of trust and openness to innovation, dominant consumer behaviour patterns, and governance structures. These can constitute institutional barriers to effective development (Wroblewski, 2025b).

Specifically, the study presents a proposal for a multi-purpose, long-term project whose primary goal is to develop rural Uzbekistan through tourism, or more simply, "through visitors". It also compiles recommendations for three project components: creating a rural tourism product, establishing structures and institutions that will ensure coordination and sustainability of activities, and developing training programs in rural tourism.

Keywords: rural tourism, agritourism, challenges, barriers, trust, Central Asia.

Understanding the phenomenon of rural tourism

At the outset, it is important to note methodological and terminological issues. Western literature emphasizes the differences between agritourism and other forms of outdoor recreation, particularly by pointing out that agritourism should be linked to "a real, functioning farm and its authenticity" (Lane, 1994; Phillip, Hunter, & Blackstock, 2010). Meanwhile, the terminology used in Central Asia, and likely in other countries as well, includes virtually the entire rural tourism sector under the umbrella term "agritourism." In practice, all forms of rural tourism are included in this category, such as agritourism, ecotourism, active and recreational tourism, gastronomic tourism, ethnographic and cultural tourism, sightseeing, and

[70] Slawomir Wroblewski, PhD, International Agriculture University, Tashkent, wroblewskisj@gmail.com, www.linkedin.com/in/slawomir-wroblewski-821aa78/, Telegram / WhatsApp / WeChat +998 902872527, ORCID: 0000-0002-5431-908X, Scopus Author ID: 57217098207

even visits to historical or religious sites (Nosirov et al., 2022; Abidova & Umirova, 2020).

Such a broad understanding, however, may have practical justification. For the development of a given local community, in this case a rural one, practical results are more important than definitions and theoretical accuracy, specifically the ability of local people to generate additional income. Therefore, for the purposes of this study, a broad understanding of the phenomenon of rural tourism was adopted. This will allow us to identify the multitude of factors that, in societies lacking extensive experience in tourism development, can be leveraged for the effective development of tourism in rural areas. This particularly concerns the economic factors that motivate individual stakeholders in this new sector. Therefore, the author focuses on the challenges associated with implementing various forms of activity that can be offered to visitors based on rural potential.

In global practice, rural development is shaped both by the level of agriculture itself and by additional sources of income from off-farm work. Historically, rural tourism in Europe began to develop dynamically in the 1950s and 1960s. In response to declining agricultural income, residents sought additional income. Rural tourism in Western Europe has been developing steadily since the early 1960s, and around 1970, agritourism became a distinct sector of the economy. Its goal is to create jobs and alternative forms of entrepreneurship in rural areas and to be a source of income for farms. In some countries, such as Italy, Ireland, France, and Switzerland, rural tourism attracts large numbers of foreign tourists. Later, in the 1990s, rural tourism became popular in Central Europe, with Poland serving as a strong example (Majewski & Lane, 2001). Favourable local conditions (nature) combined with the activity of experts and entrepreneurs have yielded very good results for rural tourism in Belarus (Klitsounova, 2023). Rural tourism is also making its mark in Russia, as Ibragimov and Usmonov (2023) write that rural tourism accounts for 2% of overall tourism. Rural tourism is particularly important in the context of increasing women's entrepreneurship, as in many countries, there are no other opportunities to generate income for their households (FAO, 2019).

It should be emphasized, however, that the main stream of rural tourism clients are domestic visitors, particularly families with children and city dwellers who want to spend their limited budget surrounded by nature. For some, nostalgia for their homeland is an additional motivation. Furthermore, with children's education and recreation in mind, many countries organize so-called "Green Schools," which provide urban children with visits to

specialized agritourism farms. Such trips offer the opportunity not only to relax but also to learn about rural life and receive specialized training, for example, learning about the bread-making process (grinding grain, preparing dough, and baking).

Barriers to the development of rural tourism

It's a truism to say that rural tourism in Central Asia (including countries such as Uzbekistan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Kazakhstan, and Turkmenistan) has enormous potential. This includes, among other things, pristine landscapes, a rich history dating back thousands of years, a variety of still-living traditions, and cultural diversity–both nomadic and sedentary–among its many inhabitants. However, it's important to clearly emphasize the numerous barriers that still prevent the proper and rapid development of this new tourism sector.

The list of challenges typically includes the need for investment in infrastructure, the development of tourism-related skills, and the need for better marketing and wise, sustainable planning.

A more detailed analysis reveals the following aspects common in the Central Asian region, and likely in many other developing countries as well.

1. Poor infrastructure. Many rural areas are difficult to access due to poor road conditions and limited public transport, long travel times between destinations, and limited signage.

2. Limited accommodation and service. Above all, there is a lack of accommodations that meet the criteria for true agritourism–connected to a functioning farm and rural family. Outside of the most popular tourist destinations, there are no hotels or motels. Many guesthouses fail to meet the expectations of increasingly demanding guests, not least foreigners. There is also a clear lack of experienced staff, not to mention standardized services.

3. Regulatory barriers. The burdensome registration requirements for overnight guests, and even high fines for failure to comply, are worth emphasizing. Small entrepreneurs encounter numerous bureaucratic barriers, and instances of extortion of fees and various forms of corruption, for example, from potential investors, are common. Government support for business activity is limited, especially in remote regions. There is an improvement in visa policy, but some countries, such as Turkmenistan, are not yet prepared for it (author's own observations).

4. Lack of skills, specialized training, and industry associations. Rural tourism has so far received little attention in professional training. Topics such as customer service and sustainability requirements are not a priority,

given the pressure for ostentatious marketing (so called „pokazuha” - i.e. „for show”) and quick profits.

5. Challenges related to social engagement. From the perspective of a researcher of contemporary social phenomena, this aspect seems underestimated and very important. Sustainable rural tourism requires strong local involvement. Meanwhile, some communities do not understand the benefits of tourism, and, moreover, other professions are valued more highly. In post-Soviet countries, activities aimed at promoting tourism, especially among children and youth, have been neglected. It should be added that in many developing countries, including Central Asia, societies demonstrate a low level of social trust and strong barriers to engaging in teamwork (Wroblewski, 2025b).

In the context of this last point, it is worth noting the interesting experiences in Kyrgyzstan, where a Community-Based Tourism (CBT) system has been developed. This initiative, launched in 2000, enjoys overwhelming support from the local community, and currently there are 17 active CBT groups operating throughout Kyrgyzstan. To further develop and coordinate their activities within the country, these groups have established their own umbrella organization: the Kyrgyz Community-Based Tourism Association (KCBTA) – "Kyrgyz Hospitality." The KCBTA's primary goal is to improve the living conditions of residents of remote mountainous regions through the development of rural tourism without harming the natural environment or the local culture (KCBTA, n.d.).

Estimation of rural tourism resources in Uzbekistan

In Uzbekistan, there is a difficult-to-estimate number, likely several hundred, of rural tourism facilities (Shamshidov, 2024). There is no comprehensive and up-to-date report presenting the state of rural tourism in the country. There are no materials specifically promoting rural tourism nationwide (there are regional publications, such as one prepared by the Authorities of Tashkent Region) or general tourism publications focusing on rural tourism. Some product support activities were implemented in previous years as part of the USAID program. Several academic institutions have operated in Uzbekistan for years, educating specialists in the field of tourism (Ostonov, 2018). Currently in 2026, online research reveals a significant number of diverse courses at numerous universities: Silk Road University of Tourism and Cultural Heritage in Samarkand, Central Asian University, Bukhara State University, Tashkent State University of Economics, Urgench State University, Samarkand Institute of Economics and Service, Management Development Institute of Singapore, Kimyo

International University in Tashkent, Amity University Tashkent, and Tashkent State Agrarian University. There is also a specialized research unit, the Research Institute for Tourism Development. The author has no information on whether they offer courses in rural tourism.

Grassroots initiatives, such as those of entrepreneurs and academics, are valuable. Agritourism was the subject of panel discussions at the Samarkand Tourism Forum. In 2024 and 2025, the International Agriculture University in Tashkent hosted conferences dedicated to rural tourism, which were part of the Life Sciences Festival. The partners included the Tourism Committee, USAID, the Farmers Association, and the Tashkent Institute for Tourism Development (IAU, n.d.).

It's worth noting that in 2024, one of the invited lecturers, Dr. Janusz Majewski from Poland, presented an extensive offer of training for rural tourism trainers based on successful practices from that country. The developed offer was also presented to the Tourism Committee of Uzbekistan for consideration, but unfortunately, it did not lead to further action. An important element of this offer is the opportunity to utilize the extremely valuable collection of training materials published in Poland in cooperation with the European Union. The material comprises 15 parts totalling over 1,500 pages, prepared by high-class specialists and practitioners. There is a preliminary agreement with Poland regarding the translation of the most needed chapters into Uzbek as teaching materials. Cooperation with Poland in the field of rural tourism may be fostered by the cooperation agreement signed in July 2024 between the International Agriculture University and the Poznan University of Life Sciences.

According to the conclusions developed in the field of institutional economics, the existence of formal and informal institutions is a necessary condition for the effective development of the economic sector. Their essence lies in ensuring the most efficient possible transaction process between the supply and demand sides. Such institutions include legal regulations, tax laws, codified rules specifying the responsibilities of market participants (offeror, client, intermediary, private party, and state party), as well as mutual understanding of intentions and the necessary level of trust. In the case of Uzbekistan, it can be concluded that the tourism sector in this country is gradually implementing the necessary standards and formal solutions. Institutions such as government and regional tourism bodies, Tourist Information Points, hoteliers' associations, tour guide associations, and the Tourist Police exist. However, with regard to rural tourism, there are no detailed regulations (e.g., specifying the required service standards for

agritourism farms) or dedicated organizations representing the interests of participants in this market segment. There are also no specialized media outlets, either traditional or online. There is no significant activity from sector leaders or institutional spokespersons (including in the Ministry/Committee of Tourism or the Ministry of Agriculture), and there is little information regarding activities in the regions. For example, there is no event integrating the industry (e.g., trade fairs, leadership competitions, anniversary events).

Moving on to recommendations for Central Asian countries, it's important to highlight elements that could serve as a foundation for the rural tourism sector. First and foremost, the widespread practice of "dacha" retreats is worth noting. These are privately owned country houses located in attractive tourist destinations, particularly in green, rural regions, by the water, and in the mountains. While they don't emphasize agricultural connections, in other respects they fit well into the recommended model for generating additional income in rural regions.

A similar reference can be made to the tradition of fishing trips (so-called "ribalka"). Most often, these are weekend getaways for groups of men. However, these are also family trips, especially to locations that offer the necessary comfort and safety. The emerging infrastructure can be gradually expanded and used as accommodation and institutional infrastructure (information network, staff, services) to accommodate a wider flow of visitors. Another affordable accommodation option is yurt camps, which exist in many locations and are popular, attracting not only Western tourists. To attract visitors to rural areas, it's worth considering the use of post-Soviet recreation centers (so-called "zona otdiha"). After necessary renovations, adaptations, and staff training, they can successfully serve as hubs for a network of cooperation with local partners. Another element around which rural tourism can be developed is the numerous "tapchan" (open-air platforms) or „biesiedka” (gazebos), often located in picturesque ravines over streams or fishponds. Local open-air markets, offering simple dishes like shish kebabs or somsa straight from the oven, are a common accompaniment to this basic infrastructure. Elements such as "mangal" (ovens) or huge "kazan" (pots) for preparing the traditional lamb rice dish ("plov") are an everyday occurrence for local people and a unique attraction for foreign guests (Abidova & Umirova, 2020).

These examples of living traditions can be used to build vivid narratives based on storytelling. For example, during a meal, the host introduces the concept of "dastarkhan" – the traditional table setting or the space where

food is served. Traditional national dishes, their various ingredients, and cooking recipes are a topic in themselves. Therefore, plov, shorpa, somsa, manty, lepyoshka, kurt, dried fruit, the green tea ceremony, as well as the established seating customs and the order in which guests speak, can all be the subject of vivid narratives in any family.

The program can include a visit to traditional "mahallas" – clusters of houses, often made of adobe dwellings – and visits to workshops. The opportunity to observe silk production will be interesting, not only to observe silkworm breeding itself, but also to learn about the role of mulberry trees. Ceramics will certainly be a highlight, not only in purchasing them but also in the production process or participating in their hand-decoration. Another attraction will be a visit to an apiary and tasting various types of honey. Winery-related events are also becoming more common in Uzbekistan, such as the Wine Festival near the town of Parkent, and the Uzum Farm - a winery center near Tashkent.

Difficulties and numerous current limitations must be addressed. These include the still low level of infrastructure, especially in rural homes, but also access roads, parking options, and safe hiking. The lack of organization is reflected in limited information resources, even online. News about current offers is more often distributed through informal channels and word of mouth among friends. The fear of grassroots initiatives (low trust, especially in vertical networks) also needs to be addressed. Therefore, skilful action by the authorities to stimulate and support the cooperation of local networks will be crucial. Legal regulations should create material incentives (e.g., tax exemptions, assistance with renovating and furnishing guest rooms, training). The legal aspect of registering the stay of overnight guests (so-called "propiska") will also require a solution.

The concept of rural development in Uzbekistan through tourism

Below is the Framework Plan "10 Actions for the Development of Rural Tourism in Uzbekistan." Its implementation will require the cooperation of key actors in the sector (i.e., owners of farms offering accommodation, operators of attractions, providers of catering and other local services), representatives of local authorities ("mahalla" and "khakimat" in both the locality and the region), relevant central authorities (the Tourism Committee, the Ministry of Agriculture, other ministries – e.g., tax regulations, support programs), market intermediaries (travel agencies, associations), competent advisors (universities, technical institutes, foreign experts), and the media, which will ensure the distribution of information about offers and mobilize the market to use them.

The specific goals of this concept include product development (creating a model product, commercialization, disseminating good practices); training (preparing training programs in rural tourism, preparing training materials), and the creation of structures and institutions (associations, trade fairs, media, international ties, dedicated structures at the ministry and regional government levels).

10 Recommended Actions
for the Development of Rural Tourism in Uzbekistan

1. Gather a database of agritourism facilities, entities, and individuals operating in this field.
2. Create a product group (or several groups) involving agritourism facilities, travel agencies acquiring customers, other service providers, regional authorities, activists, and enthusiasts.
3. In collaboration with universities, develop courses for staff (short continuing education, studies, research, development activities) and teaching materials.
4. Develop an action plan to promote agritourism facilities and events to the public – potential customers.
5. Conduct training in basic business-supporting activities (facility management, commercialization, marketing, legal matters, best practices).
6. Obtain support from central, regional, and local authorities.
7. Prepare joint materials promoting rural tourism.
8. Conduct a study tour to a selected country (e.g., Poland, Italy, Kyrgyzstan, Belarus).
9. Establishment an agritourism association.
10. Prepare a leading annual promotional event (forum/fair/training).

The above concept could be supplemented with an action plan focused on market research and training. Such activities can be recommended for universities in Uzbekistan and their foreign partners.

Action plan with the academic community
for the development of rural tourism

1. A comparative analysis of existing training and academic courses in Uzbekistan and neighbouring countries. The study will identify where tourism courses and courses relevant to rural tourism (e.g., ecotourism, community-based tourism, cultural tourism) are offered.

2. Selecting a specialization based on country-specific needs, market trends, resources, and gaps. Specializations in rural tourism include hospitality management, event management, educational farms, recreation, and destination management.

3. Recruiting faculty from universities and other institutions/companies. It is advisable to recruit 1-2 doctoral students. A survey of specialists who can contribute their experience to a rural tourism course: a) without adaptation (e.g., Fundamentals of Economics); b) with adaptation (e.g., Tourism Economics).

4. Developing a course curriculum and syllabus (based on Uzbek universities and foreign institutions). Preparation of the curriculum with selected teachers from universities, higher education institutions, industry representatives, and government representatives. Selection of textbooks from Poland and abroad.

5. Initiation of cooperation with practitioners (for employees, fieldwork, internships, and theses). Internships in companies will be an important part of the course, depending on the specialization.

6. Publishing of own manuals for trainers. For this purpose, a set of 15 manuals published in 2022 and 2023 in Poland can be used. Some of them can be translated, while others require adaptation. In both cases, the translator should collaborate with a Polish editor and selected lecturers as part of their training.

7. Publishing textbooks for students.

8. Working on scripts for lectures, exercises, and seminars – joint workshops. This will be conducted in parallel with the promotional campaign.

9. Initiation of cooperation with institutions and associations abroad.

10. Establishing a structure at a university or college (e.g., a department) or a Tourism Expert Training Center for Central Asia (e.g., rural tourism and/or destination product development). The process described above is planned to last 15-16 months and includes several visits by a foreign expert (2-4 weeks) to develop the full program.

Conclusion

The presented material draws on the strategic plan for the development of rural tourism previously developed by European Union experts (Wroblewski, 2025a). This program emphasizes improving the legal and regulatory framework for the development of this sector, providing free information on all aspects of rural tourism to potential tourists and

information offices of developing networks; providing financial support to small farms participating in the program; allocating targeted funds to improve rural infrastructure; implementing a policy of incentives for farmers and encouraging the establishment of preferential tax rates; and seeking investors to implement projects. It is therefore essential to integrate all stakeholders in rural tourism, including state and regional authorities, legal owners and lessees of facilities (especially small household farms), and other resource managers, such as larger farms, orchards, agri-food processing plants, means of transport, fish farms, trade, and transportation.

Important conclusions have been presented in recent academic works on the opportunities for the development of rural tourism. In an interesting master's thesis at the International Agriculture University, S. Saydullaev collected both current statistical data and statements from sector participants – owners of facilities hosting tourists. One farmer from Fergana, for example, suggested the creation of marketing cooperatives: "We need to establish rural cooperatives and advertise collectively, not individually." Another respondent recommended creating a geographical indication (GI) brand for melon processing in the Khorezm region and linking tourism to product recognition. These proposals are consistent with the study by Belletti et al. (2017), which found that GI-related tourism Geographically, it increases market value and cultural identity (Saydullaev, 2025).

It is essential to build more sustainable and formalized forms of cooperation and information exchange between entities that facilitate the development of joint activities, such as local chambers, clusters, and regional associations. In such structures, people will independently and gradually develop socially acceptable forms of planning and collective management of resources and revenues.

References

Abidova, D.I. and Umirova, D.S. (2020). Foreign Experience in the Development of Agricultural Tourism and its Application in the Republic of Uzbekistan. International Journal of Trend in Scientific Research and Development. www.ijtsrd.com. eISSN: 2456-6470

FAO. (2019). Gender, agriculture and rural development in Uzbekistan. Country Gender Assessment Series. Budapest. Licence:CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

IAU. (n.d). International Agriculture University. Website. https://iau.uz/

Ibragimov, L. and Usmonov, S. (2023). The Significance of Using International Experiences in the Development of Rural Tourism in Uzbekistan (July 2023), DOI: 10.31149/ijefsd.v5i7.4609

KCBTA (n.d). Kyrgyz Community Based Tourism Association “Hospitality Kyrgyzstan”. https://cbtkyrgyzstan.kg/en/about/

Klitsounova, V. (2023). Agrotourism and sustainable rural development in transition economies. Journal of Tourism Studies, 34(2), 56–72. [No direct URL available – academic journal source]

Lane, B. (1994) What Is Rural Tourism? Journal of Sustainable Tourism, 2, 7-21. http://dx.doi.org/10.1080/09669589409510680

Majewski, J., & Lane, B. (2001). Rural tourism in Poland: Institutional structures and policy frameworks. Tourism Management, 22(2), 161–169. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00060-3

Nosirov, B., Baratova, G. and Raimbayev, A. (2022). Ways to Develop Agro Tourism in Uzbekistan. Andijan Institute of Agriculture and Agro Technologies. European Journal of Business Startups and Open Society. Vol. 2. nr 3. https://www.inovatus.es/index.php/ejbsos/article/view/511/451

Ostonov U. (2018), Perspective of Rural Tourism Development in Uzbekistan. Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4. №4

Phillip, S., Hunter, C., Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. Tourism Management 31 (2010) pp. 754–758

Saydullaev, Sh. (2025). Transforming Agrotourism in Uzbekistan for a Brighter Tomorrow: A Comparative Case Study of Kyrgyzstan, Belarus, Poland, and Uzbekistan. International Agriculture University

Shamshidov, M. (2024). Experience in developing agrotourism in Uzbekistan. Presentation 18.02.2024 at Life Science Festival. International Agriculture University.

Wroblewski, S. (2025a). Rural Tourism - The Neglected Uzbekistan Development Opportunity. FAO Newsletter, Tashkent Regional Office.

Wroblewski, S. (2025b). Trust – a fundamental component of business cooperation. Institutional Conditions for the Development of Central Asian Countries. Introduction to the Business Holistic Conference "Trust - the Foundation of Success" (November 27, 2025, Tashkent) and the Draft Reform Program.

Анализ состояния развития сельского туризма в Ташкентской области и его организационно-экономических факторов

Агзамова Наргиза Гапуровна [71]

В условиях глобализации туристическая отрасль выступает как одна из наиболее быстро развивающихся и перспективных сфер мировой экономики. В последние годы сельский туризм рассматривается не только как альтернативная форма отдыха, но и как важный фактор устойчивого социально-экономического развития регионов. Данное направление туризма способствует повышению занятости в сельской местности, увеличению доходов местного населения, развитию инфраструктуры, а также сохранению национального культурного и природного наследия.

Мировой опыт показывает, что в развитых странах сельский туризм эффективно используется в качестве инструмента сокращения региональных диспропорций, снижения давления урбанизации и обеспечения экологической устойчивости [1,2]. В то же время данное направление играет важную роль в диверсификации туристских услуг, создании новых туристских продуктов и адаптации к изменяющимся потребностям потребителей [3]. В современных условиях возрастает значение инноваций и цифровых технологий в развитии сельского туризма. Процессы цифровизации открывают новые возможности для организации, управления и продвижения туристских услуг. В частности, онлайн-платформы, цифровые карты, мобильные приложения, системы рекомендаций на основе искусственного интеллекта, а также концепции «умного туризма» (smart tourism) способствуют повышению эффективности сельского туризма [4]. Благодаря инновационным подходам повышается качество туристских услуг в сельской местности, создаются удобства для потребителей, а также расширяются возможности интеграции местных производителей и поставщиков услуг в глобальный туристский рынок. Это, в свою очередь, способствует формированию конкурентоспособного сельского туризма не только на национальном, но и на международном уровне [5].

[71] Агзамова Наргиза Гапуровна, ведущий специалист НИИ развития туризма Узбекистана, PhD

В данном контексте особую актуальность приобретает исследование развития сельского туризма на региональном уровне, в частности на примере Ташкентской области Республики Узбекистан. Данный регион обладает значительным природно-ресурсным потенциалом, разнообразным культурным наследием и благоприятным географическим расположением, что создаёт широкие возможности для развития сельского туризма. Вместе с тем, недостаточный уровень внедрения инновационных и цифровых решений в туристскую деятельность сдерживает эффективное использование имеющегося потенциала. В связи с этим возникает необходимость разработки и внедрения современных моделей сельского туризма, основанных на инновационных подходах и цифровых технологиях, адаптированных к условиям региона.

Проведённые исследования показывают, что в последние годы динамика посещения сельских территорий туристами не демонстрирует ожидаемой активности. Это свидетельствует о недостаточно эффективном использовании имеющихся природных, культурных и этнографических ресурсов сельской местности. Вместе с тем в стране реализуется комплекс системных реформ, направленных на развитие сельских территорий. В частности, объявление 2009 года «Годом развития и благоустройства села», 2013 года – «Годом благополучной жизни», а также принятие в 2018 году программы «Обод кишлок» сформировали прочную институциональную основу для комплексного развития сельских территорий. В настоящее время государственная политика ориентирована на создание новых рабочих мест в сельской местности, повышение доходов населения и улучшение уровня жизни. В этом контексте развитие сельского туризма приобретает особую значимость не только с экономической, но и с социальной точки зрения. Потенциал данного направления позволяет достигать значительных результатов за счёт эффективного использования региональных ресурсов.

Ташкентская область является одним из ключевых экономических регионов страны и в последние годы демонстрирует устойчивые темпы роста в промышленности, сельском хозяйстве и сфере услуг.

Таблица 1.

Динамика валового регионального продукта и ВВП на душу населения

№	Показатели	2017 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	Изменение % (2025/2017)
1	ВРП (трлн сум)	29,1	93,4	110,2	125,5	142,0	+388%
2	Реальный рост	–	+28%	+38%	+45%	+52%	+52%
3	ВВП на душу населения (млн сум)	10,2	31,5	37,8	42,3	47,5	+366%
4	Численность населения (млн чел.)	2,87	3,0	3,05	3,1	3,15	+9,7%

Анализ данных таблицы показывает, что в период 2017-2025 годов объём валового регионального продукта Ташкентской области существенно увеличился [6]. В частности, ожидается рост ВРП с 29,1 трлн сум в 2017 году до 142,0 трлн сум в 2025 году. Показатель ВВП на душу населения также демонстрирует устойчивую положительную динамику, отражая общее экономическое развитие региона. Данный рост во многом обусловлен увеличением объёмов инвестиций и расширением производственного потенциала. Объёмы промышленного производства также характеризуются высокими темпами роста: с 21,7 трлн сум в 2017 году до 120,0 трлн сум в 2024 году. Следует отметить, что в последние годы значительно активизировался процесс внедрения цифровых технологий в промышленности, что способствует повышению эффективности производства. В результате доля промышленности и строительства в структуре ВРП заметно укрепилась.

Сфера услуг также демонстрирует положительную динамику развития: объём рыночных услуг существенно увеличился, что свидетельствует о росте таких направлений, как туризм, торговля и другие сервисные отрасли. В сельском хозяйстве, благодаря проводимым реформам и созданию благоприятной агробизнес-среды, наблюдается рост объёмов производства и укрепление позиций отрасли в экономике региона.

Таблица 2

Инвестиционная среда и развитие предпринимательства

№	Показатели	2017 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	Изменение % (2025/2017)
1	Инвестиции (млрд долл. США)	7	12,8	14,5	16,0	17,5	+150%
2	Количество предприятий (тыс.)	40,9	59,2	63,0	67,5	72,0	+76%
3	Созданные рабочие места (тыс.)	400	600	650	700	750	+87,5%

Представленные показатели свидетельствуют о росте инвестиционной привлекательности региона. Ожидается, что к 2025 году объём привлечённых инвестиций достигнет 17,5 млрд долларов США. Увеличение количества субъектов предпринимательства и создание новых рабочих мест подтверждают устойчивое развитие региональной экономики. Кроме того, в результате реализации инфраструктурных проектов были значительно расширены транспортные и инженерно-коммуникационные сети, а также жилищный фонд. Это способствует повышению инвестиционной и туристской привлекательности региона. В целом проведённый анализ показывает, что основными драйверами экономического роста Ташкентской области выступают промышленность и сфера услуг. Вместе с тем, несмотря на высокие темпы роста, его структурная сбалансированность остаётся недостаточной. В частности, на фоне увеличения доли сектора услуг наблюдается относительное снижение удельного веса промышленности в структуре ВРП. Это указывает на необходимость дальнейшей диверсификации экономики и повышения эффективности использования инвестиций.

Рост туристского потока в Ташкентскую область из года в год свидетельствует о постепенной активизации туристского потенциала региона. Данная тенденция обусловлена развитием инфраструктуры, повышением качества предоставляемых услуг, а также эффективной реализацией маркетинговых стратегий. Представленные ниже статистические данные позволяют проанализировать динамику

потоков внутренних и иностранных туристов, а также выявить ключевые тенденции развития туристского рынка региона (таблица 3). Указанные показатели служат важной аналитической базой для развития сельского туризма, совершенствования организационно-экономических механизмов и формирования региональной туристской политики.

Таблица 3

Динамика туристских потоков в Ташкентскую область

№	Категория туристов	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.	Изменение % (2025/2022)
1	Внутренние туристы	2410000	7599722	16428529	19800000	+721%
2	Иностранные туристы	201300	463519	1103718	1350000	+570%

Анализ данных таблицы показывает, что в период 2022-2025 годов наблюдается значительный рост числа туристов, посещающих Ташкентскую область. В частности, количество внутренних туристов увеличилось с 2,41 млн человек в 2022 году до прогнозируемых 19,8 млн человек в 2025 году. Это свидетельствует о росте спроса на внутренний туризм, расширении рекреационной инфраструктуры и увеличении разнообразия туристских услуг.

Поток иностранных туристов также демонстрирует устойчивую положительную динамику: с 201,3 тыс. человек в 2022 году до прогнозируемых 1,35 млн человек в 2025 году. Данная тенденция указывает на расширение спектра туристских продуктов, ориентированных на международный рынок, улучшение транспортно-логистической инфраструктуры, а также повышение туристской привлекательности региона на глобальном уровне.

В последние годы в Ташкентской области также наблюдается активное развитие экспорта туристских услуг. Данный процесс отражает практические результаты государственной политики, направленной на стимулирование въездного туризма, повышение качества услуг, модернизацию инфраструктуры и совершенствование институционального управления в туристской сфере. Представленная ниже таблица позволяет проанализировать динамику экспорта туристских услуг за 2022-2025 годы (таблица 4).

Таблица 4.

Динамика экспорта туристских услуг в Ташкентской области

№	Показатели	2022 г. (млн долл.)	2023 г. (млн долл.)	2024 г. (млн долл.)	2025 г. (млн долл.)	Рост (2025/2022)
	Экспорт туристских услуг	72,5	205,8	430,5	520,0	+617%

Анализ данных таблицы свидетельствует о том, что экспорт туристских услуг в Ташкентской области характеризуется устойчивыми и высокими темпами роста. В частности, в 2022-2023 годах объём экспорта увеличился почти в три раза, а в 2023-2024 годах рост продолжился ещё более высокими темпами. Ожидается, что к 2025 году данный показатель достигнет 520 млн долларов США. В территориальном разрезе лидирующие позиции по объёмам экспорта туристских услуг занимают Бостанлыкский, Паркентский и Зангиатинский районы, что обусловлено наличием развитых природно-рекреационных ресурсов, туристской инфраструктуры и благоприятных условий для отдыха. Важным фактором развития туризма также является расширение инфраструктуры размещения. В частности, в 2024 году из запланированных 156 объектов (гостиницы, хостелы, гостевые дома и др.) фактически введено в эксплуатацию 112 объектов, что составляет 72% выполнения. В 2025 году ожидается дальнейшее расширение инфраструктуры и увеличение количества объектов размещения.

Ташкентская область, в частности Бостанлыкский, Паркентский, Ахангаранский и Зангиатинский районы, являются привлекательными территориями для туристов. Так, только в 2024 году Бостанлыкский район посетили 12,8 млн внутренних и 356 тыс. иностранных туристов, что свидетельствует о значительной роли природных ресурсов и развитой инфраструктуры. Кроме того, в Паркентском и Ахангаранском районах наблюдается превышение плановых показателей по числу внутренних туристов, тогда как в городе Янгиюль зафиксирован более высокий приток иностранных посетителей.

Исследование также включает анализ динамики инвестиций, освоенных в разрезе видов экономической деятельности в Ташкентской области за 2013–2024 годы. В частности, инвестиции в сферу транспортировки и хранения увеличились с 417,2 млрд сумов в

2013 году до 1 547,1 млрд сумов в 2021 году, демонстрируя устойчивый рост инвестиционной активности. Особенно примечателен 2019 год, когда объем инвестиций превысил 1,2 трлн сумов, что связано с реализацией проектов по модернизации транспортной инфраструктуры, созданию логистических центров и развитию железнодорожной сети. В сфере общественного питания объем инвестиций вырос с 24,3 млрд сумов в 2013 году до 264 млрд сумов в 2018 году, что свидетельствует о резком росте сектора, обусловленном государственными и частными инвестициями в туризм. В 2022 году данный показатель составил 237,8 млрд сумов, что отражает стабильный спрос и устойчивость отрасли.

Анализ инвестиций в сектор управления и вспомогательных услуг показывает рост с 3,0 млрд сумов в 2013 году до 690,6 млрд сумов в 2022 году. Значительные объемы инвестиций были привлечены в 2020 году (430,4 млрд сумов) и 2021 году (301,8 млрд сумов), что связано с реализацией крупных проектов в сфере государственного управления, аутсорсинга бизнес-услуг, IT-инфраструктуры и логистики.

В сфере искусства, развлечений и отдыха в 2013-2016 годах объем инвестиций оставался относительно низким (например, в 2015 году – 1,6 млрд сумов). Однако начиная с 2018 года наблюдается стремительный рост: 310,3 млрд сумов в 2018 году и 883,7 млрд сумов в 2020 году. В 2022 году инвестиции составили 555,4 млрд сумов, что свидетельствует о повышенном внимании к развитию массовых мероприятий, спортивной инфраструктуры и туристических объектов.

В 2023 году в Ташкентскую область было привлечено 48 млн 960 тыс. долларов США иностранных инвестиций, что отражает растущий спрос на регион и его инвестиционную привлекательность. По данным на 2024 год, в развитие отрасли дополнительно привлечен 1 млн долларов иностранных инвестиций. Анализ показывает, что в 2017-2024 годах экономика Ташкентской области демонстрировала высокие темпы структурного роста. Объем валового регионального продукта увеличился на 331,2% – с 29,1 трлн сумов до 125,5 трлн сумов, что свидетельствует об активизации экономической деятельности. Реальный рост ВВП оценивается на уровне 45%, что указывает на относительно высокий уровень экономической стабильности. Изменения в промышленности, сфере услуг и сельском хозяйстве свидетельствуют об ускорении процессов структурной трансформации экономики. В частности, доля сектора услуг в ВРП

стабильно увеличивается, что указывает на переход экономики к постиндустриальной стадии развития.

В результате проводимых в последние годы реформ в Республике Узбекистан туризм постепенно становится одним из ключевых драйверов экономики. Статистические данные за 2024 год свидетельствуют о значительном росте внутреннего туризма: число внутренних туристов достигло 16,4 млн человек, что составляет 205% от запланированных показателей. Это, с одной стороны, отражает рост уровня жизни населения, а с другой свидетельствует о расширении туристической инфраструктуры.

Поток иностранных туристов составил 1,1 млн человек, при выполнении плана на уровне 110%, что, однако, указывает на неполное использование имеющегося потенциала. Объем экспорта туристических услуг достиг 430,5 млн долларов США, из которых 40,5 млн долларов составили чистые поступления, что подтверждает значительную роль туризма в формировании валютных доходов. Вместе с тем анализ выявляет наличие серьезных диспропорций в инфраструктуре, особенно в сфере размещения. По итогам 2024 года количество объектов размещения составило лишь 72% от запланированного уровня, что свидетельствует о структурной несбалансированности развития отрасли. В частности, в таких туристически ориентированных районах, как Бостанлыкский, Паркентский и город Чирчик, недостаточно развиты гостиницы, семейные гостевые дома и развлекательная инфраструктура, что создает ограничения для полноценного обслуживания туристического потока.

Анализ инвестиционной среды демонстрирует положительную динамику. В частности, рост инвестиций в сектор управления и вспомогательных услуг с 3,0 млрд сумов в 2013 году до 690,6 млрд сумов в 2022 году свидетельствует об эффективности институциональных реформ и формировании благоприятного инвестиционного климата. Несмотря на высокие темпы экономического роста Ташкентской области, актуальной задачей остается углубление качественных характеристик роста и обеспечение структурного баланса. Комплексное использование потенциала туризма, промышленности, сельского хозяйства и сферы услуг, внедрение современных управленческих подходов и развитие устойчивой инфраструктуры позволят сформировать Ташкентскую область как региональный экономический центр.

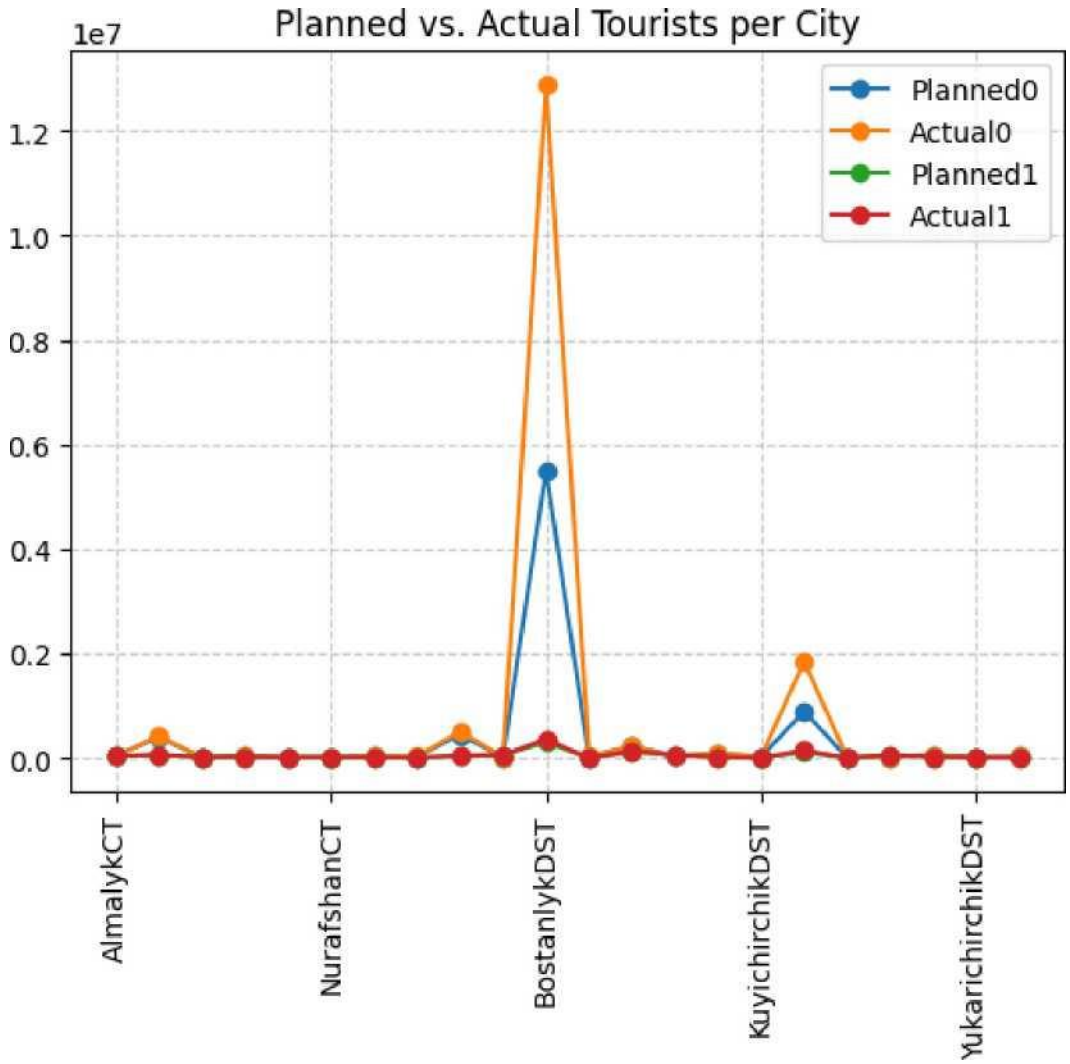


Рисунок 1. Сравнительный анализ планируемых и фактических показателей туристского потока по районам

На данном графике представлена динамика планируемых (Planned) и фактически достигнутых (Actual) показателей туристского потока в разрезе территориальных единиц. Данная визуализация позволяет оценить эффективность процессов планирования в сфере туризма, а также выявить региональные диспропорции [8]. Анализ графика показывает, что в ряде территорий наблюдаются существенные расхождения между плановыми и фактическими показателями [9]. В частности, в Бостанлыкском районе значение фактического туристского потока значительно превышает плановое (более чем в два раза), что свидетельствует о недооценке туристского потенциала данного региона и наличии недостатков в системе прогнозирования спроса. Указанная ситуация может быть обусловлена высоким уровнем природно-рекреационных ресурсов, развитостью инфраструктуры и устойчивым ростом туристского спроса. В то же время в ряде других территорий (например, Паркентский район и некоторые менее развитые районы) разрыв между плановыми и

фактическими показателями является незначительным, что указывает на относительную сбалансированность и эффективность механизмов планирования. Однако в отдельных случаях более низкие фактические значения могут быть связаны с ограниченностью предложения туристских услуг, недостаточным уровнем маркетинговой активности и слабой инфраструктурной обеспеченностью.

Отдельного внимания заслуживает Куйичирчикский район, где фактические показатели также превышают плановые, что свидетельствует о формировании устойчивого роста туристского спроса. Данная тенденция указывает на необходимость пересмотра региональной политики развития туризма, оптимизации распределения инвестиционных ресурсов и расширения инфраструктурной базы.

В целом результаты анализа подтверждают необходимость совершенствования системы планирования в туризме с учётом территориальных особенностей [10], повышения точности прогнозирования спроса, а также развития цепочек добавленной стоимости в регионах с высоким туристским потенциалом (в частности, в Бостанлыкском районе) с целью увеличения экономической эффективности туристской деятельности.

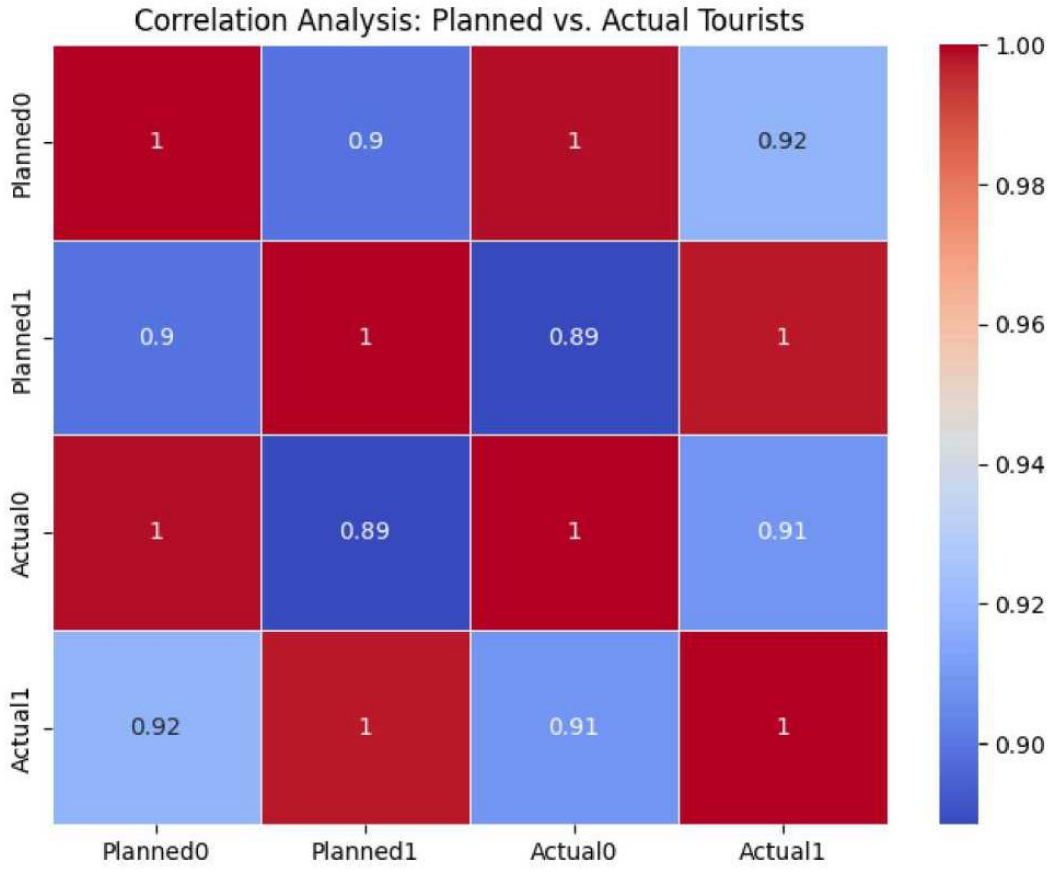


Рисунок 2. Корреляционный анализ планируемых и фактических туристских потоков

В рамках данного исследования был проведён корреляционный анализ с целью определения степени взаимосвязи между планируемыми (Planned) и фактически наблюдаемыми (Actual) показателями туристского потока [11]. Результаты анализа представлены в виде корреляционной матрицы на рисунке 2. Проведённые расчёты показали, что парные коэффициенты корреляции между планируемыми и фактическими значениями туристского потока находятся в интервале от 0,89 до 1,00, что свидетельствует о наличии очень сильной положительной взаимосвязи между исследуемыми переменными. В частности, коэффициент корреляции между первым показателем планируемого туристского потока (Planned0) и соответствующим фактическим показателем (Actual0) составил r ≈ 1,00. Это указывает на высокую точность применяемых механизмов прогнозирования и практически полное совпадение плановых и фактических результатов. Аналогично, значение коэффициента корреляции между Planned1 и Actual1 (r ≈ 1,00) подтверждает последовательность и устойчивость реализации плановых показателей в последующие периоды или по отдельным направлениям.

Кроме того, для перекрёстных пар показателей (Planned1-Actual0 и Planned0-Actual1) коэффициенты корреляции составили соответственно 0,89 и 0,92. Данные значения также характеризуют высокий уровень взаимосвязи, однако свидетельствуют о наличии определённых отклонений, обусловленных влиянием внешних факторов, таких как сезонность, транспортно-логистические ограничения, социально-экономические условия и непредвиденные внешние воздействия [12].

С эконометрической точки зрения столь высокие значения коэффициентов корреляции свидетельствуют о значительной объясняющей способности плановых показателей в отношении фактических туристских потоков [13]. В то же время при построении регрессионных моделей существует вероятность возникновения проблемы мультиколлинеарности между переменными. Данное обстоятельство может негативно повлиять на надёжность оценок, в связи с чем на последующих этапах исследования рекомендуется рассчитать показатели VIF (Variance Inflation Factor) и, при необходимости, осуществить сокращение или агрегирование переменных.

В целом результаты проведённого корреляционного анализа показывают, что планируемые показатели туристского потока с

высокой степенью точности отражают фактическую динамику туристских прибытий. Это позволяет обоснованно использовать данные показатели при разработке перспективных прогнозов развития туризма в Ташкентской области, а также при формировании многофакторных эконометрических моделей.

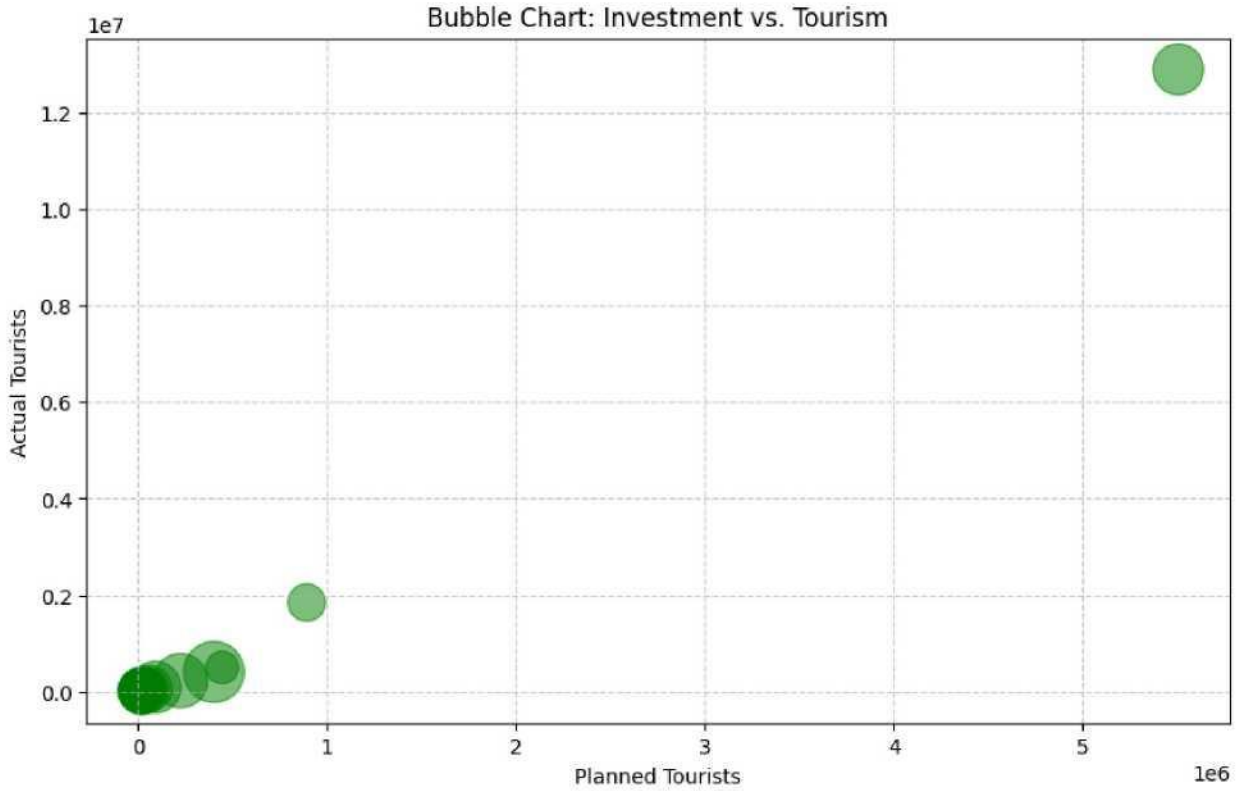


Рисунок 3. Анализ взаимосвязи между инвестициями в туризм и туристским потоком (пузырьковая диаграмма)

В рамках данного исследования для определения степени взаимосвязи между объёмом инвестиций, направленных в сферу туризма, а также планируемым и фактическим числом туристов был использован метод пузырьковой диаграммы (bubble chart) (рисунок 3). На графике по горизонтальной оси отражено планируемое количество туристов, по вертикальной оси – фактическое число прибывших туристов, тогда как размер пузырьков характеризует объём инвестиций. Анализ графика показывает, что по мере увеличения объёма инвестиций наблюдается существенный рост фактического туристского потока. В частности, в точках с высоким уровнем планируемого числа туристов пузырьки имеют относительно крупный размер, что свидетельствует о концентрации инвестиционных ресурсов в регионах или периодах с высоким туристским потенциалом. Данное обстоятельство научно подтверждает значимость инвестиций в

развитие туристской инфраструктуры как ключевого фактора роста туристского потока.

Вместе с тем, на графике наблюдаются отдельные точки, где при относительно низком уровне планируемого туристского потока фиксируется определённый уровень фактических посещений. Это указывает на то, что эффективность инвестиций определяется не только их объёмом, но и структурой, направленностью (транспортная инфраструктура, средства размещения, качество сервиса, маркетинг), а также природно-рекреационным и культурным потенциалом территории. Различия в размерах пузырьков свидетельствуют о наличии прямой и положительной зависимости между объёмом инвестиций и туристским потоком. Крупные инвестиционные вложения, как правило, соответствуют более высоким значениям фактического туристского потока. Это подтверждает, что капитальные вложения в туристскую отрасль оказывают значительное влияние на рост числа туристов.

С эконометрической точки зрения представленный визуальный анализ обосновывает целесообразность включения показателя инвестиций в качестве одного из ключевых объясняющих факторов в многофакторные регрессионные модели. В то же время выявленные отклонения между планируемыми и фактическими показателями в отдельных точках могут быть обусловлены влиянием внешних факторов, таких как глобальная экономическая конъюнктура, эпидемиологическая ситуация, сезонность, а также ограничения транспортно-логистического характера.

В заключение следует отметить, что проведённый анализ на основе пузырьковой диаграммы подтверждает положительное влияние объёма инвестиций в сферу туризма на рост как планируемого, так и фактически наблюдаемого туристского потока. Полученные результаты научно обосновывают необходимость усиления инвестиционной политики и целенаправленного распределения инвестиционных ресурсов в наиболее перспективные туристские направления Ташкентской области [13,14].

В результате проведённого эконометрического и графического анализа в сфере сельского туризма выявлен ряд системных проблем, а также разработаны научно обоснованные подходы к их решению.

Во-первых, результаты корреляционного анализа показали высокий уровень взаимосвязи между планируемыми и фактическими туристскими потоками, однако в отдельных регионах выявлены

существенные отклонения. Это свидетельствует о недостаточном учёте локальных факторов, таких как сезонность, уровень инфраструктуры и качество услуг, в процессе планирования. Для решения данной проблемы предлагается внедрение дифференцированной системы прогнозирования, основанной на региональной специфике и использовании данных в реальном времени [15,16].

Во-вторых, ограниченность средней продолжительности пребывания туристов (2,8 дня) указывает на неполное формирование цепочки добавленной стоимости в туризме. Преобладание краткосрочных поездок обусловлено недостаточной диверсификацией услуг и отсутствием интегрированных туристских продуктов. В качестве решения предлагается внедрение модульного принципа формирования туристских пакетов с интеграцией агротуризма, гастрономии, экологических и культурных.

В-третьих, несмотря на выявленную положительную зависимость между инвестициями и туристским потоком, в ряде регионов наблюдается низкая эффективность инвестиционных вложений. Это свидетельствует о нерациональном распределении инвестиционных ресурсов. В связи с этим предлагается направлять инвестиции в наиболее перспективные туристские направления, а также использовать показатели, основанные на денежных потоках, для оценки их эффективности.

В-четвёртых, выявлено несоответствие между уровнем цен и качеством предоставляемых услуг, а также недостаточная интеграция туристских продуктов. Для устранения данной проблемы необходимо развитие кластерной кооперации, стандартизация туристских пакетов и совершенствование маркетинговой и ценовой политики.

В целом, предложенные научные решения по устранению выявленных проблем способствуют повышению эффективности управления в сфере сельского туризма, формированию полноценной цепочки создания ценности и обеспечению устойчивого экономического развития туризма. В частности, данные подходы соответствуют принципам кластеризации, кооперации и диверсификации, широко применяемым в опыте развитых стран. Так, в европейских странах между субъектами сельского туризма формируется интегрированная цепочка услуг через туристические пакеты, что обеспечивает устойчивый рост потоков туристов и расширение потребления услуг. Кроме того, подходы к финансированию, основанные на денежных потоках, применяются как

эффективный инструмент поддержки малого туристического бизнеса. С этой точки зрения внедрение предлагаемых научных решений на практику будет способствовать не только полному раскрытию регионального туристического потенциала, но и инновационному развитию сельского туризма в гармонии с международным опытом.

Список использованной литературы:

1. Li Yanan, Muhammad Azzam Ismail, Asrul Aminuddin. *How has rural tourism influenced the sustainable development of traditional villages? A systematic literature review.* Heliyon, Elsevier, 2024. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S240584402401658X;
2. Лебедева О.Е. *Роль сельского туризма в региональном развитии*. CyberLeninka, 2025. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-selskogo-turizma-v-regionalnom-razvitii ;
3. Živković M.B. *Rural Tourism as a Factor of Rural Revitalization and Socio-Economic Development.* MDPI Sustainability, 2025. URL: https://www.mdpi.com/2071-1050/17/11/5127;
4. Madanaguli A. *Environmental sustainability practices and strategies in rural tourism.* Taylor & Francis, 2023. URL: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15022250.2023.2174179 ;
5. Rosalina P.D., et al. *Rural tourism: A systematic literature review on definitions and features.* Griffith Research Repository, 2021. URL: https://research-repository.griffith.edu.au/bitstreams/8f343978-6ddd-4d7a-9cc9-fb98c6a88ac8/download ;
6. Официальный сайт Национального комитета Республики Узбекистан по статистике https://stat.uz/
7. *Journal of Sustainable Tourism.* Wikipedia, URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Journal_of_Sustainable_Tourism;
8. Li, Y., Ismail, M. A., & Aminuddin, A. How has rural tourism influenced the sustainable development of traditional villages? A systematic literature review. – Heliyon, Elsevier, 2024. DOI: 10.1016/j.heliyon.2024. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677022000985 ;
9. Zhang, X., Shi, J., Yang, Q., Chen, X., Huang, X., Kong, L., & Gu, D. Spatiotemporal Patterns of Tourist Flow in Beijing and Their Influencing Factors. Sustainability, MDPI, 2025, 17(15), 6933. DOI: 10.3390/su17156933. https://www.mdpi.com/2071-1050/17/15/6933 ;
10. Li, K., Liang, C., Lu, W., Li, C., Zhao, S., & Wang, B. Forecasting of Short-Term Daily Tourist Flow Based on Seasonal Clustering

Method and PSO-LSSVM. ISPRS Int. J. Geo-Inf., 2020, 9(11), 676. DOI: 10.3390/ijgi9110676. https://www.mdpi.com/2220-9964/9/11/676;

11. Karagöz, D., Aktaş, S. G., & Kantar, Y. M. Spatial analysis of the relationship between tourist attractions and tourist flows in Turkey. European Journal of Tourism Research, 2022. DOI: 10.54055//ejtr.v31i.2745 https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/2745;

12. Калинина, М. А., Калинин, А. А., Балыкина, П. Г., & Поладова, В. В. *Статистический анализ туристического потока по территории Российской Федерации.* Вестник Российского Нового Университета, серия «Сложные системы», 2025, №; https://scinetwork.ru/articles/33695;

13. Serikbayeva S., Akimov Z., Bissariyeva S., Anuarkhan M., & Kenzhebayeva G. *Econometric Analysis of the Tourist Flow in Kazakhstan: Trends, Factors and Forecasts.* Eurasian Journal of Economic and Business Studies, 69(1), 47-63, 2025. DOI: https://doi.org/10.47703/ejebs.v69i1.466 https://ejebs.uib.kz/index.php/main/article/view/466;

14. Алиева М. *Эконометрический анализ влияния туристического потока на развитие услуг общественного питания в гостиничном секторе Узбекистана.* // Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot, Vol. 3 No. 2, 2025. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.14977937. https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/journal/index.php/GED/article/view/4551;

15. Федорова Е., Черникова Л., Пастухова А., & Ширяева Л. *Туризм и экономический рост: региональный аспект*. ECO, 50(9), 138-155, 2020. DOI:https://doi.org/10.30680/ECO0131-7652-2020-9-138-155// https://ecotrends.ru/index.php/eco/article/view/4110;

16. Xu A., Siddik A. B., Ahammad S. F., & Rahman M. M. *Driving economic success: Fintech, tourism, FDI, and digitalization in the top 10 tourist destinations.* Humanities and Social Sciences Communications, 11, Article 1549, 2024. https://www.nature.com/articles/s41599-024-03978-3;

17. CyberLeninka. *Инновации в экономике туризма: социо-культурный аспект «Устойчивого туризма». Полухина А.Н., 2019* – обзор инновационных подходов и устойчивого развития в туризме. https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-ekonomike-turizma-sotsio-kulturnyy-aspekt-ustoychivogo-turizma;

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представленная международная коллективная монография «Сельский туризм: новые горизонты сотрудничества и устойчивого развития регионов» позволяет рассматривать сельский туризм как одно из наиболее перспективных направлений устойчивого развития территорий, сочетающее экономические, социальные, культурные, экологические, образовательные и институциональные функции. Материалы, вошедшие в монографию, показывают, что сельский туризм в современных условиях выходит за рамки традиционного понимания отдыха в сельской местности и становится комплексным инструментом регионального развития, международного сотрудничества, сохранения локальной идентичности и повышения качества жизни сельского населения.

Проведенный авторами анализ подтверждает, что сельский туризм обладает значительным потенциалом для диверсификации экономики сельских территорий. Он способствует созданию дополнительных источников дохода для местного населения, развитию малого и семейного предпринимательства, продвижению фермерской продукции, ремесел, гастрономии, культурных традиций и природных ресурсов. Важнейшим преимуществом сельского туризма является его способность вовлекать в экономическую активность широкий круг участников: фермеров, владельцев гостевых домов, ремесленников, гидов, представителей местных сообществ, молодежь, женщин, образовательные учреждения, общественные организации, органы местного самоуправления и международных партнеров.

Особое значение имеет то, что сельский туризм не является изолированной отраслью. Его устойчивое развитие возможно только при условии интеграции с сельским хозяйством, культурой, экологией, образованием, транспортной и туристской инфраструктурой, цифровыми технологиями и территориальным управлением. Именно такой комплексный подход позволяет превращать разрозненные локальные инициативы в устойчивые туристские продукты, способные формировать добавленную стоимость для региона и повышать качество жизни сельского населения.

Особую ценность настоящей монографии составляет ее международный характер. Представленные исследования охватывают опыт различных стран и регионов мира, включая Европу, постсоветское пространство, Центральную Азию, Юго-Восточную Азию и Северную

Америку. Авторы показывают, что, несмотря на различия в институциональных моделях, уровне развития инфраструктуры, формах государственной поддержки, культурных особенностях и степени зрелости туристского рынка, сельский туризм во всех рассматриваемых странах выполняет схожие функции: способствует диверсификации сельской экономики, сохранению природного и культурного наследия, вовлечению местных сообществ, развитию малого предпринимательства, укреплению территориальной идентичности и формированию новых возможностей для устойчивого развития регионов.

Международные кейсы, представленные в монографии, демонстрируют широкий спектр подходов к развитию сельского туризма. Европейский опыт показывает значение кооперации, стандартов качества, территориального управления, многоуровневой поддержки, цифровизации и профессионального брендинга. Опыт Беларуси и России раскрывает роль образования, некоммерческих организаций, акселерационных программ, подготовки кадров, местных сообществ и инклюзивных практик. Материалы по Филиппинам подчеркивают значение идентичности, культуры, природного ландшафта и вовлечения сообщества как факторов конкурентоспособности агротуризма. Исследования по Таджикистану и Узбекистану отражают потенциал сельского туризма в условиях зеленой экономики, регионального развития, привлечения инвестиций, совершенствования инфраструктуры и формирования новых туристских продуктов.

Международный опыт, представленный в монографии, показывает, что наиболее успешные модели сельского туризма формируются там, где присутствуют кооперация, доверие, горизонтальные связи и институциональная поддержка. В разных странах эти механизмы проявляются по-разному: через деятельность национальных ассоциаций, кооперативных объединений, образовательных программ, акселераторов, некоммерческих организаций, территориальных брендов, местных инициативных групп и международных сетей. Однако общим условием успеха остается вовлечение местных жителей как активных субъектов развития, а не только как исполнителей или получателей внешней помощи.

Материалы монографии также демонстрируют важную роль некоммерческого сектора и профессиональных объединений. Ассоциации сельского туризма, общественные организации и

международные сети становятся площадками для обмена опытом, продвижения стандартов качества, обучения, защиты интересов участников отрасли и формирования позитивного общественного отношения к сельскому туризму. В этом контексте особое значение приобретает международное сотрудничество, позволяющее странам обмениваться успешными практиками, адаптировать проверенные модели и формировать новые подходы к развитию сельских территорий.

Одним из ключевых выводов монографии является необходимость развития человеческого капитала. Сельский туризм требует не только наличия природных или культурных ресурсов, но и профессиональных знаний, управленческих навыков, маркетинговых компетенций, понимания стандартов сервиса, умения работать с туристами и создавать качественный туристский опыт. Поэтому подготовка кадров, практическое обучение, взаимодействие вузов с агроусадьбами, фермерами и туристским бизнесом должны рассматриваться как обязательный элемент устойчивого развития сельского туризма.

Не менее важным направлением является обеспечение инклюзивности и доступности сельского туризма. Современный сельский туризм должен быть открыт для различных категорий туристов, включая людей с инвалидностью, пожилых людей, семьи с детьми и лиц с особыми потребностями. Доступная инфраструктура, корректная информация, подготовленный персонал и адаптированные услуги не только расширяют туристский рынок, но и придают сельскому туризму социальную значимость, соответствующую принципам устойчивого и справедливого развития.

Отдельное внимание в монографии уделено территориальной идентичности как стратегическому ресурсу сельского туризма. Природные ландшафты, традиционная кухня, ремесла, фольклор, сельский быт, семейные истории, локальные продукты и культурные практики формируют уникальность территории и позволяют создавать подлинные туристские впечатления. При этом идентичность не должна превращаться в искусственную декорацию для туриста. Ее сила заключается в подлинности, живой связи с местным населением и уважительном отношении к наследию.

Вместе с тем для стран Центральной Азии, включая Узбекистан, развитие сельского туризма имеет особую практическую значимость. Регион обладает богатым природным, культурным, этнографическим и гастрономическим потенциалом, однако сталкивается с рядом системных вызовов, связанных с инфраструктурой, подготовкой

кадров, координацией участников рынка, продвижением сельских туристских продуктов и вовлечением местных сообществ. В этой связи международный опыт, представленный в монографии, может служить важной методологической и практической основой для разработки национальных и региональных программ развития сельского туризма.

Для Узбекистана развитие сельского туризма может стать важным направлением диверсификации туристской отрасли и повышения привлекательности регионов. Сельские территории страны обладают значительными возможностями для формирования новых маршрутов, семейных гостевых домов, гастрономических туров, ремесленных программ, агротуристских комплексов, этнографических мероприятий и экологически ориентированных туристских продуктов. При этом особое значение имеет адаптация международного опыта к национальным условиям, с учетом традиций гостеприимства, махаллинской системы, фермерских хозяйств, культурного наследия и региональной специфики.

В качестве приоритетных направлений дальнейшего развития сельского туризма можно выделить формирование национальных и региональных программ развития сельского туризма; создание и поддержку ассоциаций, кластеров и сетевых объединений участников сельского туризма; разработку стандартов качества и механизмов добровольной сертификации сельских туристских услуг; подготовку и повышение квалификации кадров для сельского, агро- и экотуризма; развитие семейных гостевых домов, фермерских туристских продуктов, ремесленных и гастрономических маршрутов; внедрение цифровых платформ, онлайн-карт, систем бронирования и продвижения сельских туристских объектов; обеспечение доступности туристских услуг для людей с особыми потребностями; поддержку молодежных и женских инициатив в сельском туризме; развитие международного сотрудничества, обмена экспертами, совместных исследований и образовательных программ; интеграцию сельского туризма в стратегии устойчивого развития регионов.

Таким образом, сельский туризм следует рассматривать как многофункциональную модель развития, которая способна одновременно решать экономические, социальные, культурные, образовательные и экологические задачи. Его значение заключается не только в привлечении туристов, но и в создании условий для сохранения сельского образа жизни, укрепления местных сообществ, повышения занятости, поддержки предпринимательства и

формирования новой культуры устойчивого взаимодействия между человеком, природой и территорией.

Монография подтверждает, что будущее сельского туризма связано с сотрудничеством. Только через объединение усилий государства, научного сообщества, образовательных учреждений, бизнеса, общественных организаций, местных жителей и международных партнеров возможно создание устойчивой, конкурентоспособной и социально ориентированной модели сельского туризма.

В этом смысле сельский туризм открывает новые горизонты не только для туристской отрасли, но и для самих регионов. Он помогает переосмыслить ценность сельских территорий, увидеть в них пространство возможностей, инноваций, культурного богатства и устойчивого будущего. Именно поэтому развитие сельского туризма должно стать одним из важных направлений региональной политики, международного сотрудничества и научно-практического диалога в ближайшие годы.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Агзамова Наргиза Гапуровна – PhD, ведущий специалист Научно-исследовательского института развития туризма, независимый исследователь, Республика Узбекистан. Автор главы «Анализ состояния развития сельского туризма в Ташкентской области и его организационно-экономических факторов».

Борисенко Наталья Михайловна– кандидат экономических наук, координатор образовательных проектов Республиканского союза туристической индустрии, Республика Беларусь. Автор главы «Обеспечение доступности сельского туризма для людей с особыми потребностями: опыт Беларуси».

Гайдукевич Леонид Михайлович – доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры международного туризма и гостеприимства факультета международных отношений Белорусского государственного университета, Республика Беларусь. Автор главы «Практика подготовки в Белорусском государственном университете туристских кадров для агроэкотуризма».

Клицунова Валерия Анатольевна – Вице-Президент Глобальной агротуристической сети «Global Agritourism Network», эксперт в области сельского и агротуризма, развития некоммерческих организаций и международного сотрудничества в сфере сельского туризма. Соавтор главы «Роль некоммерческих организаций в развитии сельского туризма: глобальный, национальный и локальный уровни».

Лебедева Иванна Витальевна – Президент Национальной Ассоциации сельского и экотуризма, Российская Федерация. Автор главы «Опыт развития сельского туризма на основе местных сообществ в России: Всероссийский проект образовательной программы “Акселератор сельского и экологического туризма”».

Машокиров Джахонгир Неъматуллоевич – кандидат экономических наук, доцент, исследователь Таллиннского технологического университета, Эстония, и Международного университета туризма и предпринимательства Таджикистана, Республика Таджикистан. Автор главы «Современное состояние и оценка развития туризма в сельских территориях Республики Таджикистан в условиях зеленой экономики».

Мухитдинов Алим Изатуллаевич - начальник Отдела научных и инновационных проектов Научно-исследовательского института

развития туризма при Комитете по туризму Республики Узбекистан. Автор разделов “Введение”, “Заключение”.

Пукась Дарья Валерьевна – представитель Global Agritourism Network, исследователь вопросов развития сельского туризма, сетевого взаимодействия и роли некоммерческих организаций в устойчивом развитии сельских территорий. Соавтор главы «Роль некоммерческих организаций в развитии сельского туризма: глобальный, национальный и локальный уровни».

Сагдуллаев Шахриёр Шавкатович – соискатель, начальник отдела маркетинга университета New Uzbekistan University (Республика Узбекистан) – автор главы «Community-Based Tourism Development as a Factor in Sustainable Rural Development» «Развитие туризма на базе местных сообществ как фактор устойчивого развития сельских территорий», посвященной теоретико-методологическим основам community-based tourism и его роли в устойчивом развитии сельских территорий.

Сергачев Сергей Алексеевич – доктор архитектуры, профессор, почетный профессор Белорусской государственной сельскохозяйственной академии, Северо-западного политехнического университета КНР. Почетный член Международной академии архитектуры (отделение в Москве). Автор главы «Агроэкоусадьба: объект туризма в современной архитектуре Беларуси».

Wroblewski Slawomir – PhD, International Agriculture University, Tashkent. Исследователь вопросов сельского туризма, агротуризма, институциональных барьеров и развития туристских продуктов в странах Центральной Азии. Автор главы «Challenges in Implementing Rural Tourism Concepts in Developing Countries».

Depayso Ayson D. – Dr., LPT, Faculty, Cordillera Career Development College, Philippines. Исследователь вопросов агротуризма, идентичности, сельского развития и эффективности агротуристских предприятий. Соавтор главы «The Role of Identity in Agritourism Performance: Evidence from Benguet, Philippines».

Labbutan Venus E. – LPT, Faculty, Cordillera Career Development College, Philippines. Соавтор главы «The Role of Identity in Agritourism Performance: Evidence from Benguet, Philippines».

Wayet Kahren – Faculty, Cordillera Career Development College, Philippines. Соавтор главы «The Role of Identity in Agritourism Performance: Evidence from Benguet, Philippines».

Comen Todd – PhD, эксперт в области интегрированного сельского туризма, агротуризма, устойчивого туризма и развития сельских сообществ. Автор главы «Integrated Rural Tourism, From Theory to Practice».

Quendler Erika – Federal Institute of Agricultural Economics, Rural and Mountain Research, Vienna, Austria. Исследователь вопросов агротуризма, сельского и горного развития, кооперативных моделей и устойчивого развития сельских территорий. Соавтор главы «From Farm Holidays to Agritourism Governance: Austria's Cooperative Model of Multifunctional Rural Development».

Plaikner Alexander – UMIT Tirol – Private University for Health Sciences, Medical Informatics and Technology, Hall in Tirol, Austria. Соавтор главы «From Farm Holidays to Agritourism Governance: Austria's Cooperative Model of Multifunctional Rural Development».

Magnini Vince – Longwood University, Farmville, Virginia, United States. Соавтор главы «From Farm Holidays to Agritourism Governance: Austria's Cooperative Model of Multifunctional Rural Development».

Dervishej Luan – MSc, Albanian Tourism Institute, Albania. Исследователь вопросов сельского туризма, интегрированного территориального управления, агробиоразнообразия, локальных цепочек добавленной стоимости и социально-экономической диверсификации сельских территорий. Автор главы «Rural Tourism as a System of Integrated Territorial Management and Rural Socio-Economic Diversification».

«Сельский туризм: новые горизонты сотрудничества и устойчивого развития регионов»

Международная монография

Монография представлена под редакцией авторов.
За точность фактов, собственных имён и других сведений, приведённых в монографии, а также за орфографические ошибки ответственность несут авторы.

7240

Издательство “Bookmany print”
Лицензия № 022246. 28.02.2022 г.
Подписано к печати 22.07.2026 г.
Гарнитура “Liberation Serif ”. Формат 60x84 1/16.
учет–изд. л. 11,9. услов. печ. л. 12,3.
Печать офсетная. Тираж 50 экз.
г.Ташкент, Учтепинский р., 22–квартал, дом 17–б.

Отпечатано в типографии ООО “BOOKMANY PRINT”.
г.Ташкент, Учтепинский р., 22–квартал, дом 17–б.

E-mail: bookmany_print@mail.ru
t.me/ Bookmanyprint +998 99 180 97 10