



**РЕСУРСНЫЙ ЦЕНТР КОМПЕТЕНЦИЙ  
ПО РАЗВИТИЮ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА**



ПРАВИТЕЛЬСТВО  
РЕСПУБЛИКИ БУРЯТИЯ

МИНИСТЕРСТВО ТУРИЗМА  
РЕСПУБЛИКИ БУРЯТИЯ



**БУРЯТИЯ**  
Больше, чем Байкал



ФОНД  
ПРЕЗИДЕНТСКИХ  
ГРАНТОВ

**ТЕТРАДЬ УЧАСТНИКА**

ПРАКТИЧЕСКИЙ СЕМИНАР  
ПО РАЗВИТИЮ  
СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА





“РЕСУРС”  
Центр образования и бизнеса



КУЛЬТУРНАЯ  
МОЗАИКА  
ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС ПРОЕКТОВ  
ДЛЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ И СЁЛ



# СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ

*Бадмацыренова Мария Борисовна  
Министр туризма Республики Бурятия*

## *Дорогие друзья!*

Уникальная природа, богатое историко-культурное наследие, природные достопримечательности, традиционное гостеприимство местного населения, экологически чистые продукты - все эти преимущества используются для развития приоритетного направления – сельского туризма.

Развитию данной сферы в последние годы уделяется все большее внимание, а в условиях природоохранного законодательства в отношении озера Байкал сельский туризм способствует созданию альтернативных мест туристского притяжения.

Ключевым преимуществом сельского туризма является то, что кроме обычной, для туризма в целом, задачи обеспечения отдыха и оздоровления населения, он в состоянии обеспечить решение целого комплекса вопросов: от создания туристского продукта, поддержка предпринимательства, социального развития села, рациональное развитие ресурсов.

В Республике Бурятия накоплен уже значительный опыт по развитию сельского туризма, действуют около 20 объектов сельского туризма, созданных на базе крестьянских (фермерских) хозяйств, сельскохозяйственных кооперативов и личных подсобных хозяйств, а также свыше 100 сельских гостевых домов, в основном на побережье озера Байкал в Баргузинском, Прибайкальском, Кабанском и Тункинском районах.

Республика Бурятия занимает первое место по России по количеству самых красивых деревень России. Звание «Самой красивой деревни России» получили села Десятниково, Большой Куналей Тарбагатайского района, Ярикто Баргузинского района.

С 2018 года реализуется проект «100 уникальных сел Бурятии», направленный на комплексное развитие сельских территорий, оказание помощи поселениям в создании новых туристских продуктов, самозанятости на селе; проведения событийных мероприятий; возрождение старинных, национальных методов по производству различных изделий, сувенирной продукции и другое.

Отдельным направлением проекта определена разработка новых

туристских продуктов, в том числе маршрутов для въездного туризма, строительство туристских объектов, обучение правилам приема туристов, подготовки туристского продукта к продвижению.

Активное участие в реализации проекта принимают местные жители, предприниматели, ТОСовское движение, администрации сельских поселений, новые турпродукты создаются как силами одного фермера (предпринимателя), так и путем объединения усилий заинтересованных жителей всего сельского поселения.

По итогам реализации проекта на сегодняшний день результатами являются:

- новые туристские маршруты в Кяхтинском, Прибайкальском, Баргузинском и Бичурском районах;

- крупные событийные мероприятия «Черемуховый фестиваль» в селе Чикой Кяхтинского района и фестиваль «Бичурские дворики» в Бичурском районе;

- в Окинском районе запущено новое производство войлочных изделий из шерсти яка по старинным методам с использованием современных дизайнерских методик. На территории Соютотского центра в селе Орлик открыта мастерская войлока;

- создан единый интернет-портал, предоставляющий информацию об услугах сельского туризма в Бурятии, а также обучающие программы для предпринимателей – более 20 курсов по основам предпринимательской деятельности, организации и продвижению сельского туризма.

В июле текущего года по итогам заседания рабочей группы «Социальные инициативы» экспертного совета Агентства стратегических инициатив проект «100 уникальных сёл Бурятии» вошел в число проектов по развитию территориальной идентичности и культуры, одобренных для сопровождения Агентством.

В рамках Всероссийского конкурса волонтерских проектов в сфере культуры методология проекта «100 уникальных сел Бурятии» признана в числе лучших практик из 11 регионов со всей России. Организатором конкурса выступают Министерство культуры России и Роскультпроект. Проекты - победители войдут в программу акселерации, что позволит распространить этот опыт по всей стране.

Всем участникам проекта искренне желаю больших творческих успехов и надеюсь на продолжение работы в этом направлении.



ПРАКТИЧЕСКИЙ СЕМИНАР ПО РАЗВИТИЮ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

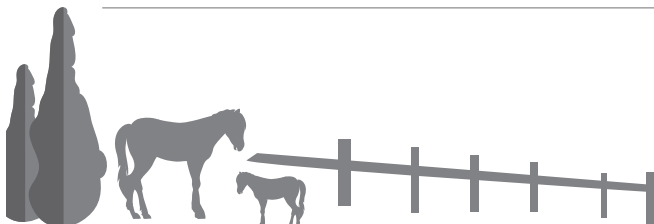
---

---

---

---

---



Улан-Удэ  
2019

ПРАКТИЧЕСКИЙ СЕМИНАР ПО РАЗВИТИЮ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

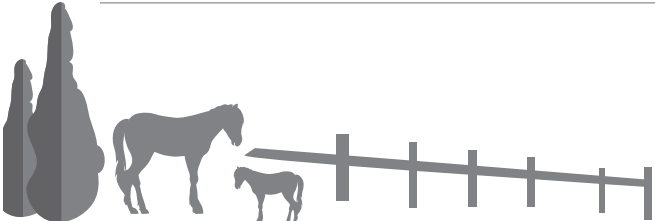
---

---

---

---

---







# СЕЛЬСКИЙ ТУРПРОДУКТ КАК ЧАСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА

Практические вопросы для повышения туристической привлекательности сельских территорий

*Надежда Яковлевна Калюжнова,  
профессор (г. Иркутск)*

Чтоб повысить туристическую привлекательность на селе, прежде всего необходимо понимать, что такое современный туризм. Туризм в современном обществе – способ, который позволяет обществу с нарастающей интенсивностью потреблять и использовать для своего духовного и физического развития все накопленные и сохранённые природные и культурно-исторические ценности современного общества.

***Для того, чтоб повысить туристическую привлекательность сельского туризма, нужно учесть:***

1. Общие условия развития туризма в России
  2. Быстро растущие разнообразные турпродукты, способные мотивировать устойчивые турпотоки.
  3. Формирующиеся и целенаправленно создаваемые бренды туристских продуктов, разных по масштабу, уровню, видам и свойствам.
- Нужно быть готовыми к тому, что в процессе создания турпродукта на селе могут появиться целый ряд проблем, связанных с балансом интересов в отношении туристов и местных жителей, определения допустимых антропогенных и техногенных нагрузок на эко- и социально-экономические системы регионов, связанные с сезонными наплывами туристов и т. д.

Мы часто слышим слова – региональный турпродукт. Что это такое?

Локальные турпродукты – это комплексы услуг и товаров, которые создаются и реализуются отдельными производителями в составе санаториев, гостиниц, ресторанных цепей, разнообразных объектов показа природного или культурно-исторического характера. К локальным турпродуктам относится и сельский туризм. Это событийные мероприятия, которые привлекают внимания тури-

стов в социально-экономической жизни регионов («Фестиваль черемухи на Чикое» в Кяхтинском районе, «Фестиваль молока» в селе Хилгана Баргузинского района, Фестиваль «Фофановский огурец» в Кабанском районе, «Праздник картошки» в селе Бичура, спортивные мероприятия типа мировых чемпионатов и т. д.).

Локальные туристские продукты, как правило, привязаны к определённым природным и культурным достопримечательностям, типа красивых озёр, морских, речных пляжей, исторических центров, сел и городов, различных памятников культуры, архитектуры и т. д. При помощи локальных турпродуктов решаются различные задачи пространственного развития территорий регионов.

***Чем отличаются региональные турпродукты от локальных? В нашей стране создание региональных турпродуктов только начала обозначаться.***

1. Региональные турпродукты отличаются разнообразием своих свойств и форм, присущих только региональным турпродуктам. Это функциональные, событийные, воспроизводственные и интегративные формы региональных турпродуктов. Локальные турпродукты входят в региональный турпродукт как свои составные части.

2. Региональный турпродукт состоит не только из локальных. Здесь имеет значение транспорт, связь, торговля, общественное питание, сфера культуры и др. Через региональный турпродукт туристы погружаются в природную, культурно-историческую и социальную среду региона. Региональный турпродукт осмысливается потребителем, в том числе, через восприятия бренда или образа региона, сформированного СМИ, а также личными представлениями побывавших в регионе туристов или людьми ранее здесь проживавших.

3. Региональные турпродукты являются итогом развития мощностей туристско-рекреационного сектора экономик регионов и включает в себя разработку и внедрение социальных, информационных, организационных, инженерных и прочих технологических сопряжённых систем

Итак, договоримся, что те, кто создает сельский турпродукт – это локальный продукт, который в будущем может стать составной частью регионального турпродукта. Какие первые шаги рекомендуется делать тем, кто только начал развивать туризм у себя на селе и ставит перед собой амбициозные цели?

### ***Практические шаги:***

1. Изучать воздействия природной среды на человека; определять наиболее благоприятных (не благоприятных) территории для всестороннего развития человека, анализировать современное развитие медицины для дальнейшего использования в сфере лечебно – оздоровительного туризма.

2. Изучать динамику и ведущие направления развития туризма в их взаимосвязи с социальным развитием в мире и России. Влияет ли конкретно ваш турпродукт на решение задач социального развития территории?

3. Анализировать транспортные, финансовые, страховые и прочие факторы, включая системы безопасности. Учитывать изменение человеческих контактов.

4. Рассматривать туризм как сектор региональной экономики. Как меняется сфера услуг и материального производства? Как меняется сам участник проекта? Как меняются его ценности, поведение, что стоит во главе мотивации?

5. Выявлять перспективные зоны развития туризма, которые могут дать наибольшие социальные и экономические выгоды. Иметь в виду динамику туристских потоков и миграции населения планеты.

6. Изучение историю родного края в контексте страны, мира, цивилизаций.

Данный перечень вопросов дан для определения своего сельского турпродукта в контексте региона, страны, мира. Понятно, что данный перечень может быть продолжен или напротив, сокращён, в зависимости от сформулированных целей социального развития страны с использованием туризма, как одного из ключевых инструментов развития сельских территорий.

# АНАЛИЗ РЕСУРСОВ

**Ресурсы территории** - это материальные информационные возможности муниципального образования для обеспечения текущей жизнедеятельности и социально-экономического развития, проявляющиеся в случае возникновения интересов к их использованию.

	<i>Ресурсы территории</i>	<i>Описание, расположение</i>
1	Природные. Объекты живой и неживой природы близ села: памятники природы, водоемы, озера (пресная, чистая, питьевая вода), реки.	
2	Природные парки, интересные скалы, красивые виды.	
3	Производственные. Уникальные здания, усадьбы, сооружения: стилистика сооружения, цветовая гамма, архитектура.	
4	Стили: фасады, палисады. Наличники, крыша, кровля, декор, оформление	
5	Исторические достопримечательности: градообразующие центры, церкви/дацаны, исторические здания /сооружения, .	
6	Пространственные объекты: памятники, скульптуры, прилегающие к ним территории, лесопарки, места для купания.	
7	Трудовой ресурс. Ремесленники. Мастеровые. Работники бюджетной сферы. Безработные. Дачники.	
8	ИП, КФХ, ТОСы.	
9	Исторические личности, родившиеся и проживавшие в селе или внесшие вклад для села.	
10	Образовательный уровень. Высококвалифицированный персонал.	

11	Талантливые люди.	
12	Интересные, уникальные люди села.	
13	Инфраструктурный уровень. Транспортная доступность, логистика, качество дороги, дорожное покрытие, отдалённость от центров, высота над уровнем моря, артерии.	
14	Отсутствие несанкционированных свалок, бродячих животных, зарослей сорной травы в общедоступных местах.	
15	Питание. Экскурсии. Походы, Визитный центр. ФАП, парковки, санзоны	
16	Сертификаты, лицензии, патенты.	
17	Климат. Дожливо /засушливо. Снежные зимы. Чернозем, каменистая поверхность и т.д.	
18	Наличие определённых животных, растений.	
19	Чистый воздух/вода.	
20	Территориальное планирование	
21	Информационный ресурс. Сайты поселения, школы. Присутствие МО в сетях.	
22	Въезд в село. Навигация на каких языках	
23	Полиграфия (книга о селе, об истории села, его людях, Книга памяти и т.д.)	
24	Традиционные праздники, фестивали, ярмарки, митинги и т.д.	
25	Бренд. Уникальность	
26	Методический. Метод народной стройки.	
27	Технологический. Новые методы, технологий	
28	Другое	

*«Будь тем изменением, которое ты хочешь увидеть в мире!»- Махатма Ганди*

## НАРОДНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

как возможность развития территорий или  
Первые шаги к инвестиционным проектам

**Автор - Андрей Владимирович Крылов,**

эксперт и руководитель образовательных программ ОКМО, эксперт программы «100 городских лидеров» АСИ и Росатом, эксперт и член жюри лучших муниципальных практик поддержки предпринимательства и улучшения инвестиционного климата Национальной премии «Бизнес-Успех» ОПОРЫ РОССИИ, эксперт РАНХиГС, ТПП РФ, «Деловой России». Автор группы «Развитие территорий»: [fb.com/groups/pmgov](https://fb.com/groups/pmgov)

Проект «100 уникальных сел Бурятии» с самого начала выстраивал коммуникации с населением в форме встреч, совещаний, тренингов и т.д. Диалог - самый эффективный метод при выстраивании проектов, особенно больших. И те локальные проекты, которые растут на селе, могут вырасти до крупных инвестиционных проектов в вашем регионе. При этом они не получают сопротивление населения, т.к. сам по себе проект «народный», открытый, где каждый по желанию может принять участие и своим мнением, и рублем, и работой. Это и есть **соучаствующее проектирование**. Но для полного понимания, рассмотрим подходы к данному методу.

Наша страна, сельские поселения в том числе, мы все - граждане России находимся в ситуации необходимых изменений через Национальные проекты. В короткий срок необходимо спроектировать и внедрить эти изменения на уровне каждого муниципалитета до 2024 года. Безусловно, будут регионы – лидеры, будут и аутсайдеры, которые не успеют вовремя принять решения или будут участвовать формально. Сейчас в интересах каждого муниципалитета, сельского поселения участвовать в обсуждениях, разрабатывать и эффективно внедрять проекты развития территорий. И делать это путем соучаствующего проектирования.

Почему это важно и как это сделать?

Сельская территория, село может стабильно развиваться только при активном участии самих жителей - кто будет пользоваться и жить с этими изменениями, с их последствиями (продуктами изменений) на данной территории.

Если в селе не будут учитываться интересы жителей, не будет взаимодействия власти, бизнеса и общества, то это не спасет самые ум-

ные стратегии, даже если они написаны самыми умными учеными. Это естественный закон жизни, который помогает людям быть в безопасности через сопротивление неопределённости. Изменения, в которых мы не участвуем – это неясно, значит плохо.

**Жители имеют право на свой город, село, где они живут.** Именно жители домов могут решить, каким будет их двор, что должно быть в техническом задании на его проектирование и как они сами могут участвовать в его благоустройстве своими силами и даже средствами. Власть при этом начинает выступать **сервисом** по отношению к жителям территории, внедряя **клиентский подход** во всех своих отношениях с другими заинтересованными сторонами.

Итак, **соучаствующее проектирование** – это технология выработки общего взаимовыгодного договора между ключевыми сторонами, заинтересованными в позитивных изменениях в развитии территории

*Кого нужно и важно вовлекать в соучаствующее проектирование для развития сельских территорий? Качественный состав приблизительно может быть таким:*

#### **Население и общество:**

- Резиденты и пользователи: активные местные жители, представители ТОС, представители активной общественности и ключевых общественных объединений муниципалитета;
- Активная молодёжь (студенты) и старшие школьники (10-11 классы);
- Представители (директора) профессионального образования, колледжей и ВУЗов;
- Представители домов культуры, здравоохранения, спорта, науки, культуры, социальной сферы муниципалитета;
- Представители СМИ, интернет-ресурсов муниципалитета, активные блогеры и лидеры общественного мнения;
- Представители религиозных конфессий;
- Представители оппозиционных сил, готовые конструктивно участвовать в развитии территории (Оппозиционные силы лучше вовлекать в процесс соучаствующего проектирования по причине того, что они становятся соавторами и активными участниками создаваемых проектов развития территорий и тем самым во многом теряют свою оппозиционность и «накал» негатива).

#### **Власть:**

- Представители муниципалитета: руководители и ключевые сотрудники администрации района;

- Муниципальные депутаты;
- Представители администраций сельских территорий района;
- Представители ресурсных и инфраструктурных организаций (МУП, ГУП, МБУ);
- Представители соседнего муниципалитет, Совета муниципальных образований региона;
- Представители инфраструктуры поддержки предпринимательства и привлечение инвестиций в развитие проектов на территории.

#### **Бизнес:**

- Представители микро-бизнеса и само-занятых, в том числе социальные предприниматели;
- Сельские предприниматели
- Представители градообразующих предприятий;
- Представители финансовых институтов: банки, фонды финансирования бизнес-проектов и т.п.;
- Представители региональных и муниципальных бизнес-объединений: ОПОРА России, Торгово-Промышленной палаты, Деловой России, РСПП (если есть).

В зависимости от вида и целей на проектирование могут быть приглашены представители отдельных сообществ, например, мигрантов, экологических сообществ, разработчики предыдущей стратегии социально-экономического развития территории и т.п.

#### **Где могут применяться соучаствующее проектирование:**

- Благоустройство общественного пространства (например, двор, парк, улица, сквер, площадь);
- Функциональное наполнение общественных пространств (например: объекты среды и мероприятия в общественных пространствах); форматы взаимодействия (например: сообщества, платформы и мобильные приложения);
- Разработка стратегии социально-экономического и других стратегий и планов (дорожных карт) развития территории с участием всех заинтересованных сторон, разработка «народных стратегий»
- Разработка инвестиционных планов.

Важно, что соучаствующее проектирование позволяет создать результаты и проекты, которые для людей действительно важны и которое они будут любить, о котором будут заботиться и развивать уже вне проектирования самостоятельно.



# МАТЕРИАЛЫ ПО РАЗВИТИЮ ТЕРРИТОРИЙ

*через вовлечение населения и бизнеса  
в решение вопросов местного значения*

РАЗВИТИЕ территории = функция (человеческого капитала, труда и его производительности, инвестиций, целеполагания и видения собственного будущего, качества коммуникации, качества управления и других ресурсов территории).

РАЗВИТИЕ территории ≈ количеству и качеству (доверию) взаимоотношений людей, наличию договорённостей ключевых сторон о будущем территории количеству сделок в экономике.

Группа «Развитие территорий, инвест. привлекательности, бизнес-среды, ГЧП, проектного управления»: [www.fb.com/groups/pmgov](http://www.fb.com/groups/pmgov)



Методичка «Инвестиционный климат, бизнес-среда и их развитие»: <https://yadi.sk/i/ktMm-oeD3RHCiW>



Инфографика. Национальные проекты: Целевые показатели и основные результаты: <https://yadi.sk/i/sizsgvmnbu8nna>



Государственная программа РФ «Комплексное развитие сельских территорий»: <https://yadi.sk/i/BdDiGLSTo6J64w>



## *Форматы взаимодействия бизнеса и власти (примеры):*

Дебаты «Бизнес и Власть – Полный контакт» в Татарстане по улучшению бизнес-среды: [www.facebook.com/groups/pmgovpermalink/944495592421028/](https://www.facebook.com/groups/pmgovpermalink/944495592421028/)



Сопроектирование форм поддержки МСП совместно с бизнесом и институтами развития, Кемерово: <https://web.facebook.com/andrey.krylov/posts/10212295867725037>



## *Методички, доклады, презентации и ссылки на актуальные темы:*

Шаблон модели развития тур. Отрасли: [https://yadi.sk/i/\\_lVuYu-L3Vv73u](https://yadi.sk/i/_lVuYu-L3Vv73u)



Материалы сессии развития Байкальского региона: <https://web.facebook.com/groups/pmgov/permalink/959153914288529/>



Методичка «Создание успешного социального предприятия», Наталия Зверева: <https://yadi.sk/i/Mlf8Tel3dw6J-Q>



Материалы с проектной сессии по развитию туризма Алтайского края: [www.facebook.com/groups/pmgov/permalink/946614145542506](http://www.facebook.com/groups/pmgov/permalink/946614145542506)



«100 городских лидеров»  
- программа развития  
городских сообществ:  
<https://100gorodov.ru>



Книга «ТОС: коротко о  
важном»  
[https://yadi.sk/i/  
e4plQEILyXyCbQ](https://yadi.sk/i/e4plQEILyXyCbQ)



### **Форматы взаимодействия жителей и власти:**

Как вовлечь жителей в проектирование общественных пространств: [https://yadi.sk/i/  
A2EMWeJTspaRUw](https://yadi.sk/i/A2EMWeJTspaRUw)



Организация и проведение общественных обсуждений проектов развития территорий: [https://yadi.sk/i/  
VubTf4IIW1IV3Q](https://yadi.sk/i/VubTf4IIW1IV3Q)



Соучаствующее проектирование. Минстрой, рекомендации: [https://yadi.sk/i/  
sh8fPTNllySyiQ](https://yadi.sk/i/sh8fPTNllySyiQ)



Соучаствующее проектирование. Лучшие практики АСИ: [https://yadi.sk/i/  
h4HpdsAbF1YZnA](https://yadi.sk/i/h4HpdsAbF1YZnA)



Соучаствующее проектирование. Стрелка КБ, методика: [https://yadi.sk/i/  
Kno-ylzqZVEudw](https://yadi.sk/i/Kno-ylzqZVEudw)



Библиотека образцов благоустройства и озеленения. Минстрой: [https://yadi.sk/i/  
TovtiYsC\\_6G4Bg](https://yadi.sk/i/TovtiYsC_6G4Bg)



### **Методички по сельскому туризму**

Сельский туризм для начинающих предпринимателей. Как сделать бизнес законным? [https://yadi.sk/i/  
re-Cxm2M3ZUbQE](https://yadi.sk/i/re-Cxm2M3ZUbQE)



Сельский туризм. Что такое маркетинг и как продвигать свой турпродукт?: [https://yadi.sk/i/  
LSPboQEV3ZLPME](https://yadi.sk/i/LSPboQEV3ZLPME)



Основы сельского туризма: [https://yadi.sk/i/  
GY2Hk1l-3ZUZey](https://yadi.sk/i/GY2Hk1l-3ZUZey)



Сельский туризм как средство развития сельских территорий: [https://yadi.  
sk/i/lh5zzaT23ZV3Fs](https://yadi.sk/i/lh5zzaT23ZV3Fs)



**Сравнение двух вариантов внедрения изменений на территории: навязанное пользователям (жителям или бизнесу) и проектируемое ими самими**

<b>Показатель</b>	<b>Изменения, навязанные сверху пользователям</b>	<b>Совместное проектирование с пользователями</b>
Механизм	Распоряжение, приказ, силовые односторонние действия по внедрению изменений, например, через вертикаль власти и часто извне территории без понимания её специфики и учёта интересов жителей.	Общий договор через совместное проектирование с жителями нужных им изменений на территории, совместная деятельность жителей по внедрению изменений и вовлечению в процесс проектирования изменений всех заинтересованных сторон.
Типичное отношение пользователей к изменениям	Сопrotивление, конфликт, отторжение, навязанное извне решение, негативное отношение.	Согласие с необходимостью изменений, спроектированных «своими руками», позитивное отношение.
Пример выражение сути позиции со стороны жителей территории	«Мне кажется, что мой город — на самом деле, не мой... я не могу ни на что влиять, не могу изменить его к лучшему». «Моя хата с краю, ничего не знаю», «своя рубаха ближе к телу», «власть во всём виновата» и т.п.	«Я могу и хочу изменить ситуацию в моём дворе, на моей улице, в моём городе к лучшему», «Я беру ответственность за происходящее на моей территории». «Я и наше сообщество – хозяева нашего общего города, нашей территории. Я лично, и мы вместе заботимся о ней»
Инициатор процесса изменений на территории	Чаще «хозяин» территории (например, градообразующее предприятие), власть (местная или сверху), крупный инвестор и т.п.	Может быть любой из числа заинтересованных сторон, часто изнутри самой территории. Например, лидер одного из активных сообществ на территории, например из бизнес-сообщества.
Внедрение и поддержание процесса изменений на территории	«Хозяин» территории, крупный инвестор, местная власть, нанятые эксперты и консультанты.	Вначале инициаторы и нанятые эксперты / консультанты, затем, сами «пользователи» продуктов изменений.
Участие пользователей в изменениях	Чаще пассивное или критическое, конфликтное, не понимание зачем нужны изменения. Роль конечных пользователей сведена до пассивного потребления изменений и их «продукта».	Сопричастность и активное участие всех заинтересованных сторон (при их вовлечении) в формирование «продукта» развития на территории. Системность и последовательность внедрения изменений через их пользователей и интересантов.
Ценности пользователей	Консерватизм. Сохранение привычного уклада, сопротивление изменениям, «оставьте всё как было».	Развитие. Постепенное изменение при сохранении разумного прежнего, от эгоизма к коллективизму, «мы можем и сделаем наш город лучше». Аутентичность.

Отношение к продуктам изменений	ЧУЖОЕ, отторжение, нет при- своения себе сделанного кем-то чужим, «не моё».	СВОЁ, совместное участие в проектировании, реализации, использовании и поддержании изменений делает их своими.
Тип изменений	Революционные скачкообразные авторитарные решения и их ди- рективная процессная реализа- ция. Низкая последовательность.	Эволюционные последователь- ные изменения изнутри самих сообществ, организованных по сетевому проектному принципу. Высокая последовательность.
Связи между участниками	В основном вертикаль власти, отношения «начальник – подчи- нённый».	Много горизонтальных связей, временных проектных команд вокруг ядерной группы органи- заторов.
Модель связей	«Пирамида»	«Ромашка», «Снежинка», «Нейронная сеть»
Заграты	Высокие	Невысокие
Скорость изменений	Быстрые, но нестабильные.	Медленные, более стабильные.
Качество и устойчи- вость изменений	Качество низкое. Не стабиль- ность внедрённых изменений во времени. Необходимо их посто- янно поддерживать силой.	Качество высокое, нужно поль- зователям. Стабильность во времени внедрённых изменений при наличии последовательной реализации проекта и соучастия жителей.
Известные примеры	В большинстве случаев, ти- пичная ситуация. Публичные слушания, когда ситуация уже предрешена.	«100 городских лидеров» АСИ и Росатома, программа обучения команд управляющих проектами развития моногородов, про- грамма развития общественных пространств Республики Татар- стан и др.

Источник: Статья А.В. Крылова «Народное проектирование как воз-  
можность развития территорий и сообществ на них» №2 и №3 журнала  
«Муниципальная Россия» за 2019 г.

# СПЕЦИАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА «100 УНИКАЛЬНЫХ СЕЛ БУРЯТИИ»

*с Геннадием Васильевичем  
Шаталовым- с современным туристом,  
настоящим кочевником*

В 2019 году Улан-Удэ стала столицей проведения окружных этапов - СФО и ДВФО трех всероссийских премий: «Туристический сувенир», «Маршрут года» и «RUSSIA EVENT AWARDS» - в области событийного туризма. В дни прохождения значимых мероприятий мы специально встретились с председателем Правления ФРОС Region PR, председателем Попечительского совета Национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards - Геннадием Васильевичем Шаталовым и взяли специальное интервью для участников проекта «100 уникальных сел Бурятии» о том, какие перспективы есть у наших сельских проектов.

*- Геннадий Васильевич, Ваш визит в Бурятию и проведение таких мероприятий делает честь нашей республике. Главное – наши сувенирчики, организаторы событий, туроператоры учатся, свержают часы с другими – где находятся, не отстают ли они.*

- Солнечная Бурятия выбрана не случайно. На выбор места проведения таких мероприятий влияет очень много факторов. Мы должны учитывать геомаркетинг, инфраструктуру, культуру, транспорт, связь, общественное питание, людей, и много – много других средовых характеристик. Не в обиду будет сказано, но поверьте – многие сибирские города проигрывают Улан-Удэ! У вас полный набор того, что может привлечь туриста, и вы даже не догадываетесь порой об этом! Бурятия - это буддизм, озеро Байкал, Центр Восточной медицины, здесь проходили чайный, шелковый пути. И не просто проходили, на территории Бурятии находились узловые точки этих путей. У вас хорошая кухня, гастрономия. И надо учитывать то, что начала летать авиакомпания «Победа». И хорошо, это огромный плюс, т.к. она балансирует цены на

авиаперелеты в Улан-Удэ вообще.

И самый большой выигрыш Бурятии – сами буряты. Это этносоставляющая со своей культурой, традициями, гостеприимством - это то, что невероятно привлекательно и интересно для туристов! Я полностью согласен с тем слоганом, который придумало Министерство туризма - Бурятия больше, чем Байкал! И от себя добавляю – солнечная Бурятия. Ну конечно, вам есть над чем работать, причем много работать. Мелочей в туризме не бывает.

**- Спасибо большое за Вашу оценку. Над чем в первую очередь нужно работать нашим проектам?**

- Вашим сувенищикам нужно брать пример с Алтайского края. Они обычно продают все, что привозят. Их сувениры современны, востребованы. Даже нашим экспертам не хватает! Производители с Алтайского края привлекают дизайнеров, непрерывно улучшают свое качество. Каждый год мы там проводим обучение. Учиться нужно всем, кто производит - будь то сувенир, турсобытие, маршрут. Мало смотреть соседние регионы, надо вычленять то, что отличат нас от других.

Вашим турмаршрутам и экскурсиям нужно добавлять больше интерактивности. Вот ваш проект «100 уникальных сел Бурятии» делает первые шаги в развитии сельского туризма. Но при этом нужно понимать, что реально без больших и малых событий на селе ничего не будет! Именно в селах есть определенное количество людей, профессионалов своего дела, и на них может собираться турпоток.

Есть у вас замечательный Тарбагатайский район, куда едут конкретно к семейским. Они добавляют интерактива, сам принимал участие в их интереснейшем спектакле. Эта программа поставлена на поток, и тот турист, который единожды там побывал, второй раз вряд ли поедет. Просто так приехать еще раз пройтись, зайти в Музей, еще раз в церковь, еще раз поучаствовать в интерактивной программе. Если я буду знать, что там будет то же самое, и второй раз я уже не поеду, так как нового опыта и эмоций не получу. Тогда лучше выбрать новую точку. На следующий год в Бурятии пройдут мероприятия, посвященные 400 лет протопопу Аввакуму, запланировано два больших фестиваля. Это уже будет событие – некий праздник, куда люди поедут, увидят дополнительную программу, посетят те же объекты. И это будет другое эмоционально.

Есть событие в Тамбове фестиваль «Атмановские кулачки», кото-

рое проходят в селе Атманов Угол. Чтоб добраться туда, нужно время. Но, простите, там нет ничего, чтоб смотреть. Ну, клуб, дома. И если бы не это событие, никто бы туда не поехал! А село основано в 1648 году выходцами из других сел во главе с Саввой Отмановым. Позднее за ватагой удальцов двинулась основная масса переселенцев, которые перенесли с собой древнюю систему военно – физического воспитания, сложившуюся у русских в глубокой древности. Праздник был возрожден, и столько лет на два дня приезжают люди со всей России. И сейчас они хотят создать там этнографический парк, одобрен совместный итальянских и российских архитекторов. Мероприятие стало знаковым, брендовым. И такую перспективу имеют ваши почти брендовые события и фестивали как «Голос кочевников», Фестиваль водных видов спорта «Байкальский ветер», «Ночь Ёхора» и другие.

***- Наши два проекта, к которым «100 уникальных сел» имеет непосредственное участие - вышли в финал регионального конкурса Russian Event Awards. Это «Фестиваль Черемухи на Чикое» в номинации «Лучшее туристическое событие в сфере сельского и агротуризма» и «Шелковые шарфики с войлочным рисунком» в номинации «Этнографический сувенир» из Окинского района. Безусловно, для нас очень значимая победа – побороться рядом с опытными мэтрами двух больших регионов. Особенно шелковые шарфики были представлены в серьезной номинации «Высокая ценовая категория».***

- Да, вы молодцы. У Шарфиков нет упаковки. Дарить подарок в целлофане? Согласитесь, это не здорово! Поэтому нужно продумать упаковку! А то что придали новый смысл, функции традиционной технологии войлоку кочевников, не побоялись выставиться – просто молодцы! Фестиваль Черемухи - хорошая идея, знаковая, но это хороший сельский праздник. Фестиваль состоялся, потому что был ориентирован на соседние села, районы и соседнюю Монголию, куда приехали сотни туристов. И что архиважно – организаторы продумали места ночлега со свежим деревенским завтраком, дополнительными услугами, как внутренние экскурсии. А так – вряд ли – да на один день, да с Улан-Удэ пошел бы поток туристов!

Небольшие села обладают чем-то таким, куда ты можешь приехать, когда там нет событий. Есть такие села. Это станица Вёшенская в Ростовской области. Огромнейшая территория – 62 гектара, три станицы, один хутор. Между ними расстояние 60 км. Это мемориальная Усадьба

Михаила Шолохова. Там 30 с лишним лет четыре майских дня проходит фестиваль культуры «Шолоховская весна», куда за честь считают приехать казачьи коллективы. Рядом с гостиничным комплексом «Казачий курень» - живописная набережная реки Дон и пляж. Они поняли, что это точка притяжения, но при этом постоянно нужно вырабатывать новые якоря, новые события, ярмарки, фестивали, посвященные быту казаков, проводам казака на войну. В каждом населенном пункте есть своя фишка.

*- В этом году мы представили туристам уже вместе с ведущими туроператорами Даримой Тугутовой, Вячеславом Дмитриевым новый продукт – «Бичурские дворики» - прогулку по самой длинной сельской улице мира. Там у нас будут представлены 7 двориков с семейскими ремеслами.*

- Да, я знаю. Интуитивно вы выбрали правильную траекторию. Есть село Алексей – Никольское в Приморском крае. Там туристический проект, основанный на сыре, начинался с двух двориков. А сейчас там 250 дворов, и вся деревня участвует в развитии туризма!

Есть станица Тамань в Краснодарском крае, где был Печорин, герой нашего времени. Там построен огромный этнографический комплекс на 62 гектарах. У каждого района - свой курень, подворье, создавалось за счет района. Каждое подворье уникально, внутреннее наполнение вполне аутентично: здесь можно увидеть подлинные предметы казачьего быта XIX-XX веков - плетеные коврики, посуду и другие хозяйственные мелочи. Атмосферу настоящего казачьего быта создают 150 сотрудников. Там каждый выходной проводятся разные события. Если нет точки задержаться, то всё. Туриста не будет. Так что есть над чем подумать и выбрать свое.

*- С точки зрения развития регионального продукта – что нужно Бурятии в первую очередь?*

- Бурятия – это не только красивая природа, но и большие расстояния. Нужно организаторам мероприятий продумать - как люди к ним будут добираться. Обычно нет активной информации. Нужно взаимодействовать с другими городами, которые находятся близко, где есть потенциальные туристы.

Продумать схему трансфера, обговорить, что будет хороший автобус, определить цену. Горожане не должны заморачиваться по поводу транспорта. Если человек поехал на праздник, и он может попробо-



вать, например, пиво. Но он вынужден этого не делать, т.к. придется ехать на своем транспорте.

Не отражено развитие объектов проживания – гостевых домов. Есть законодательство для отелей, хостелов. В селах построить гостиницу – это реальная нереальность. И в этом нет необходимости, она никогда не будет окупаемой! В селах должны быть круглогодичные гостевые дома, определены несколько комнат. Впрочем, это проблема всей России. Поэтому нужно нам всем решать вопрос на государственном, законодательном уровне как можно быстрее.

**- На события обычно организованно везут туроператоры.**

- Создалось общественное мнение – если на событие туроператоры везут, то значит – стоит ехать, стоящий фестиваль. Если нет – то не очень. Это все мифы и условности! Главное – приезжают люди. Как они приезжают – с помощью туроператоров ли, самостоятельно ли – неважно.

Вот скоро в Твери будем проводить семинар, и там теме трансфера посвящая целое занятие, где буду рассказывать о взаимодействии с самостоятельным туристом.

Мы все стали свидетелями того, что крупнейшие, старейшие мировые туроператоры могут обанкротиться. Главная причина кроме прочих – люди могут сейчас самостоятельно купить любой билет, через сервисы забронировать отель. Есть огромное количество разных бонусов, программ лояльности, скидок, производители услуг создают системы прямых продаж. Сейчас современный турист – это самостоятельный кочевник. Если туроператор формирует чартер, свой авторский маршрут, это другая история.

**- Что - то планируете новое после посещения Бурятии?**

- На следующий год планируем проведение съезда чайных городов России. Российских городов на чайном пути много, у каждого города была своя миссия, функция. Это всероссийский проект, который объединит города и события, которые уже есть в них. И начинать будем с Кяхты, как первого российского года, откуда все начиналось. Зонтичный бренд «Чайный путь России» поможет многим городам увидеть взаимосвязь, помогать друг другу продвигать нашу страну, объединяться, развиваться, ездить друг другу в гости, пить чай и строить большие планы!

**- Спасибо большое и до следующей встречи!**

Беседовала за чашкой чая с имбирем и брусникой - Елена Ширибон.

# ЧЕК-ЛИСТ ТУРИСТИЧЕСКОГО СУВЕНИРА

Чек-лист – это документ, позволяющий сделать процесс проектирования и производства туристического сувенира более целостным и осмысленным на всех этапах его создания.

<b>1.</b>	<b>ИДЕЯ</b>	
1.1.	Заказчик	
1.2.	Техническое задание	
1.3.	Автор идеи турсувенира	
1.4.	Исполнитель, дизайнер	
1.5.	Эксперты, консультанты	
1.6.	Планируемая Категория: турсувенир региона (города, события, турмаршрута, музея, игрушка, гастрономический сувенир)	
1.7.	Предполагаемая ЦА	
1.8.	Предполагаемая ценовая категория (эконом-класс (до 200 рублей), средняя (от 200 до 500 рублей), высокая (от 500 до 3000 рублей), VIP (от 3000 рублей).	
1.9.	Соответствие идеи программам развития туризма и НХП	
1.10	Планируемая Миссия турсувенира	
1.11	Планируемый вес и размер турсувенира с упаковкой	
1.12	История, легенда, традиции региона (города, события, турмаршрута, музея, игрушки), которые являются основой для создания идеи турсувенира	
1.13	Что вызывает Ассоциацию турсувенира с регионом (городом, событием, турмаршрутом, музеем)	
1.14	Эксклюзивность, оригинальность, креативность, инновационность идеи	
1.15	Авторское право	
1.16	Предполагаемая функциональность изделия	
<b>2.</b>	<b>ПРОИЗВОДСТВО</b>	
2.1.	Изготовитель	
2.3.	Подрядчик, субподрядчик	
2.4.	Место производства	

2.5.	Количество человек на изготовление единицы изделия	
2.6.	Время на изготовление единицы изделия	
2.7.	Обрудование, инструменты	
2.8.	Материал, сырье	
2.9.	Экологичность материалов и сырья	
2.10	Метод изготовления, техника изготовления, технологии	
2.11	Поставщик сырья	
2.12	Вес и размер изделия	
2.13	Объем производства, тираж изделий в месяц	
2.14	Экологичность и безопасность производства	
2.14	Авторское право, патент на изделие	
<b>3.</b>	<b><i>УПАКОВКА</i></b>	
3.1.	Собственная разработка или приобретается	
3.2.	Автор идеи упаковки	
3.3.	Изготовитель	
3.4.	Концепция упаковки, ее соответствие истории и образу сувенира	
3.5.	Оригинальность, креативность, инновационность	
3.6.	Ассоциация упаковки турсувенира с регионом (городом, событием, турмаршрутом, музеем)	
3.7.	Информативность	
3.8.	Материал, экологичность, безопасность	
3.9.	Вес, размер	
3.10	Обеспечение безопасности транспортировки изделия	
3.11	Функциональность	
3.12	Авторское право	
<b>4.</b>	<b><i>ПРОДВИЖЕНИЕ</i></b>	
4.1.	Каналы продвижения	
4.2.	Участие в выставках, форумах, конкурсах	
<b>5.</b>	<b><i>РЕАЛИЗАЦИЯ</i></b>	
5.1.	Себестоимость изделия без упаковки (ед.)	
	Себестоимость изделия с упаковкой (ед.)	
5.2.	Оптовая цена (ед.)	
5.3.	Рекомендуемая розничная цена (ед.)	
5.4.	Потенциальный рынок сбыта	
5.5.	Точки реализации	
5.6.	Объем продаж (мес.)	
5.7.	Партнеры, торговые агенты	

<b>6.</b>	<b><i>ИТОГОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ТУРСУВЕНИРЕ</i></b>	
6.1.	Название туристического сувенира	
6.2.	Категория турсувенира: регион, город, событие, турмаршрут, этнографический, музей, игрушка, гастрономический сувенир	
6.3.	Автор, авторский коллектив	
6.4.	Техника исполнения	
6.5.	Розничная цена (ед.)	
6.6.	Миссия турсувенира	
6.7.	Фото	
6.8.	Вес и размер турсувенира с упаковкой	
6.9.	Дополнительная информация	

# РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТНЫЙ ОФИС РЕСПУБЛИКИ БУРЯТИЯ

## МЕТОДИКА И ИНСТРУМЕНТЫ ПРОЕКТА

Чек лист оценки гостевого домика для первичного самоаудита силами самих жителей. Паспорт двора.

Данные документы дают целостное представление о гостевом домике, дворе, улице служат цели комплексного развития территории и предназначен для подготовки проектов туризма, благоустройства улицы и прививает навыки самоанализа участникам проекта. Составляет его как инициатор/координатор проекта, так и сами владельцы. Паспорт находится в открытом доступе, каждый участник проекта имеет возможность самостоятельно оценить объект и при необходимости вносить изменения, актуализировать.

Собранный и систематизированный материал может стать основой для обзорных экскурсий, составления реестра активистов, организации проектов.

### ***Содержание Паспорта двора:***

1. Село, район:
2. План улицы (из кадастра – границы участка, коммуникации, дороги и тп). Также необходимо учесть не введенные в кадастр объекты
3. Схемы улицы:
  - 1) Расположение растений (место, порода/вид, по возможности, когда и кем было посажено).
  - 2) Расположение объектов инфраструктуры (детская площадка, выбивалка, сушилка, трубы, парковки, сараи и т.п.)
  - 3) История (расположение объектов, растений, событий, имевших место в прошлом, но утраченных).
4. История улицы - первые жители, кто строил, кто жил раньше, истории мест улиц, их народные названия, воспоминания жителей.
5. Интересные истории жителей - в каком году приехали, история семьи, личные фотографии, истории, архивные материалы. Можно использовать ксерокопии, сканы в электронную версию папки.

6. Местные жители и местный бизнес, активисты; их умения, навыки и ресурсы и возможности использование их в будущем проекте.
7. Коллаж образов и смыслов - примеры проектов (аналогов), зарисовки улиц, метафоры, ассоциации.
8. Проектирование стратегии устойчивости, окупаемость, бизнес-модель, новые события.
9. План действий по развитию улицы со сроками и ответственными.
10. Полезные контакты (участковый, УК, администрация, местный депутат, старшие по улице и т.п.)
11. Анкета жителя / пользователя

Ответственный за хранение Паспорта: \_\_\_\_\_

### **АНКЕТА ЖИТЕЛЯ УЛИЦЫ.**

***Напишите ваши ответы на вопросы на чистом листе и вложите в папку.***

1. Имя.
2. Расскажите о себе (возраст, кто вы по профессии/специальности, что умеете делать, владеете ли каким-либо иностранным языком, ремеслом, рукоделием).
3. Чем вы увлекаетесь? Есть ли у вас хобби? Чем любите заниматься в свободное от работы или учёбы время? Любимые книги, фильмы, музыка, художники.
4. Как вы думаете, что такое улица? Что для вас ваша улица?
5. Можете ли вы рассказать истории, воспоминания из вашей жизни, связанные с улицей?
6. Что вы обычно делаете на своей улице?
7. Чем бы вы хотели заниматься, что бы хотели делать на своей улице?
8. В какой роли вы могли бы сами принять участие в развитии улицы?
  - 1) Готов помочь руками — посадить, покрасить, построить;
  - 2) Могу научить других тому, что умею сам;
  - 3) Готов активно участвовать в исследованиях для проекта;
  - 4) Могу принять участие в организации события (праздника, экскурсии, субботника и т.п.)
  - 5) У меня есть идея собственного проекта по развитию улицы (что необходимо для реализации?)
9. Контакт (как с вами связаться) – по желанию.

# ЧЕК-ЛИСТ СООТВЕТСТВИЯ ДЛЯ ГОСТЕВЫХ ДОМИКОВ ДЛЯ ПЕРВИЧНОГО САМОАУДИТА

Качество, безопасность, комфорт

<i>Объект</i>	<i>Описание</i>
Владелец, хозяева (ФИО, адрес)	
Адрес гостевого домика	
Тип дома, жилая площадь (бревенчатый, кирпичный, брусовой, наличие фундамента, отопление, возраст)	
Местоположение (что близко – магазины, почта, терминалы)	
Состояние двора (общая площадь, состояние - чистота)	
Наличие животных, свободно гуляющих по двору (собаки, кошки - привиты, паспорта). Соседские животные. с/х животные - агрессивные или нет и т.д.	
Прилегающие постройки (баня, стайка, зимники)	
Комнаты (количество, площадь, ремонт - побелка, покраска и т.д.)	
Количество кроватей (1 спальные, для детей, из какого материала)	
Размер кроватей	
Постельное белье, материал, размер (бязь, лен, шелк, искусственная синтетика)	
Матрацы (новые/старые, из какого материала – аллергены, высота, ортопедические и т.д.)	

Вешалка для верхней одежды	
Стол, тумбочка для личных вещей	
Питание (свежие овощи, ягоды, со своего огорода, с магазина и т.д.)	
Меню, цены (завтрак, обед, ужин, спецзаказ и т.д.)	
Огород (виды овощей - какие растут, с какого времени можно пользоваться) Кухня. Желательно, чтобы запахов, гари и дыма не было или не попадали в спальную зону.	
Плита (электрическая, газовая). Печка кирпичная с отоплением. Отопление дровами, углем и т.д.	
Оформление домика, навигация	
Посуда (кухонная, столовая), не битая, не разномастная	
Полотенца, минимум 2 (одно маленькое – лицевое, второе – побольше - банное).	
Душ, баня. Банные полотенца для головы, тела, ног и т.д.	
Расстояние домика до хозяйского дома	
Есть ли транспорт у хозяев для экскурсии и поездок	
Есть ли замки с запасными ключами, сейфы с ключами	
Мусор (как распределяется, кто убирает, сколько раз в день)	
Туалет (чистота, отсутствие запаха, постоянное наличие бумаги)	
Дополнительные услуги: Баня, массаж, игра- шагай и другие.	



# КАК ПРИВЛЕЧЬ РЕСУРСЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СВОЕЙ ТЕРРИТОРИИ ИЛИ О ФАНДРАЙЗИНГЕ – ПРОСТО!

*Автор – Дулма Содномова, руководитель Центра образования и бизнеса «Ресурс», бизнес-тренер (обучение взрослых, социальное проектирование, бизнес-тренинги), Председатель Совета РОД «Хранители Байкала». Привлекла большие 10 млн. рублей для реализации социальных проектов.*

Или у вас есть идея, которую вы хотите воплотить. Или вы хотите решить некоторую проблему своего села, своей территории. Хорошо, если у вас есть общественная, некоммерческая организация, ТОС или команда единомышленников в составе 3-5 человек. Но нужны некоторые средства для реализации.

Какие нужно сделать практические шаги, чтоб найти ресурсы для реализации вашего проекта?

Во - первых – прежде всего нужно понять, что главное не деньги, а цели, достижение которых требует поддержки. И нужно определить свою мотивацию – насколько вас беспокоит эта проблема и для чего вы это делаете? Что изменится после того, как это реализуете? Поддерживает ли вашу идею местное население, сельчане или жители территории?

А далее уже переходить к техническим вопросам. Вот они:

Какую проблему в своем селе вы собираетесь решить?	Кого беспокоит эта проблема кроме вас?	Какое решение вы предлагаете?
Какую пользу это решение принесет вашему селу?	Почему именно ваша организация (команда) справится с этой задачей?	Какова общая сумма затрат на выполнение всего проекта?
Какие ресурсы - денежных средств, дополнительных рук, вещей вы хотели бы получить от донора?	Какую выгоду это принесет донору?	Чем рискует донор, поддерживая ваши предложения?

После того, как нашли ответ на эти вопросы, переходим к практическим шагам.

### **ШАГ 1**

- Определение проблемы или вопроса, потребности и стоимости того, что необходимо для решения проблемы. Нужно записать.

### **ШАГ 2**

- Поиск источников финансирования, определение их потенциала и желания будущего донора помочь вам

### **ДАЛЕЕ СОСТАВЛЯЕМ МИНИ-ПРОЕКТ:**

- Описание вашей организации. Ее название, главная цель ее деятельности, чем она отличается от других? Если есть команда единомышленников, даете краткое резюме.

- Описание проблемы или вопроса, который хотите решить

- Цель, которую хотите достичь в рамках проекта

- Этапы достижения цели

- Список потребностей организации для решения данной проблемы, вопроса

- Примерная стоимость

- Каковы выгоды для донора

- Риски для донора/для организации

Важно понять - почему партнеры отказывают или вкладывают средства? Это можно сделать путем анкетирования или устного опроса с теми, кто может поддержать ваш проект. Это могут быть, например, сельские предприниматели, руководители ТОСов, фермеры, главы поселений, района.

- Почему люди готовы поддержать ваш проект своими средствами?

- Почему не жертвуют?

- Почему партнеры (хоть иногда, но все же) ДАЮТ деньги?

### **ЭТО МОЖЕТ БЫТЬ:**

- Это

- Экономическая выгода

- Ответственность

- Альтруизм

Теперь соберите данные о предполагаемом доноре, перед тем как собрать средства

- ФИО. Никогда у секретаря или коллег донора не нужно спрашивать – «Как зовут вашего руководителя?» или еще хуже у него самого «Как Ваше отчество?»

- Сведения о компании. Какой бизнес, адрес компании, телефон, имя секретаря, финансовые ресурсы или потенциальные контакты.

- Сведения из личной жизни. Дата рождения, личные интересы, ВУЗ, принадлежность к партии, НКО, светские связи

- Сведения о семье (семейное положение, родители).

- Сведения о благотворительной деятельности. Дает ли вообще пожертвования, в каком виде, в каком размере и кому, сколько, в каком виде. Не помешает узнать - личное отношение к вашей организации и к вам.

Этих данных будет достаточно для первой встречи. Подумайте - как лучше организовать встречу? В какое время, какую сумму, кого направить, через какие каналы коммуникации (предварительно телефонный звонок, деловое письмо, устная просьба, через кого и т.д.).

Самый эффективный проверенный вариант – когда вы напишете письмо и придете с ним. Во первых, вы передадите свое предложение, а затем, когда уйдете, письмо останется у него. Вы получаете сразу 2 действенных контакта. Важно – письмо желательно должно помещаться на 1 странице, быть конкретным, позитивным и реальным. Но это тема для другого разговора. Всем нужно научиться писать письма.

## **ОРГАНИЗАЦИЯ ВСТРЕЧИ.**

Звонок контактному лицу или самому донору - в течение недели, только для назначения встречи. Будьте настойчивы.

Планирование встречи и подготовка:

- анализ предыдущих встреч (если они были);

- установление цели встречи – с каким результатом вы хотите выйти;

- планирование места, состава участников, времени и продолжительности встречи;

- подготовка материалов для презентации;

- самоподготовка.

## **ВСТРЕЧА:**

- Установление доверительного контакта:
  - настроиться на беседу;
  - «растопить лед»;
  - наладить диалог.
- Представление организации, команды проекта
  - знать свой «продукт»;
  - говорить на понятном языке и логично;
  - не говорить все время самому.

Вам будут возражать. И это нормально. Стремитесь преодолеть возражения:

- понять суть возражения;
- ответить на возражение.

Завершение встречи:

- проверить выполнение плана;
- подытожить выгоды;
- сделать все для продолжения общения.

## **ПОСЛЕСЛОВИЕ:**

- Заключение договора.
- Благодарность.
- Оценка результатов.
- Долгосрочные взаимоотношения.

*Запомните. Никто не обязан поддерживать ваш проект. Это добровольное дело каждого. При отказе не нужно разочаровываться, «закрывать», а проанализировать – понять – что нужно улучшить проект. Ничего постыдного, если снова зайдете к донору, только с улучшенным предложением. Не стесняйтесь на встрече спросить – что донору понравилось или не понравилось в вашем проекте. Даже если донор не поддержит проект, но вы учтете его предложения до следующего раза или до следующей вашей деловой встречи.*

*Удачи на переговорах!*

## ГИМН:

*Если ты энтузиаст и в душе романтик,  
Огонёк горит в глазах, ты море обаянья,  
В голове багаж идей, на месте не сидится,  
К нам тебе уже пора присоединиться*

### **Припев:**

*Мы дети проекта 100 сел!  
Ты с нами? Конечно ты с нами...  
Вместе с друзьями путь ты пройдешь  
От Кяхты до самых краин...*

*Мы дети Великой земли,  
Туристы! В душе патриоты...  
В составе команды единой мечты,  
Пройдем по бурятским мы тропам.*

*У тебя готов маршрут, жди нас скоро в гости,  
Лайки там и лайки тут, мы везде запостим.  
Собирай рюкзак скорее, скоро нам в дорогу,  
По Бурятии родной к новому порогу.*

### **Припев.**

*2019 z0ð*