

МЕРКАНТИЛИСТСКИЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ АГРОТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Шилько Максим Юрьевич

УВО «Белорусский государственный университет»

Студент V курса, специальность «Экономическая теория»

Научный руководитель: к.э.н., доц. Береснева А.И.

MERCANTILIST APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF AGRO-TOURIST SERVICES IN THE REPUBLIC OF BELARUS

This article analyses the sphere of agro-tourism in the Republic of Belarus and evaluates the competitiveness of this particular area. Mercantilist approach helps to reveal basic positive and negative sides of this sphere and also estimates the contribution of this sector to the economy of the Republic of Belarus.

Современные тенденции становления имиджа страны постоянно диктуют новые условия модернизации и усовершенствования его механизмов. Привлекательность страны может формироваться благодаря различным сферам деятельности государства и субъектов хозяйствования. Важным фактором имиджевой политики конкретного государства может являться создание, совершенствование или модернизация тех сфер экономики, которые могут приносить доход государству, привлекать иностранные инвестиции и повышать культурный статус страны в глазах иностранных посетителей.

Объединяя несколько целей в одну, в Беларуси стал активно развиваться агроэкотуризм. В мировой практике данное понятие является не инновационным, так как в ряде стран мира данный тип отдыха давно себя показал и зарекомендовал с лучшей стороны.

Среди предпосылок развития агроэкотуризма в сельской местности Беларуси следует назвать:

- большое количество низкорентабельных сельскохозяйственных организаций и, как следствие, низкая заработная плата сельских жителей;
- наличие безработицы и не полной занятости в сельской местности;
- проблема сбыта излишней сельхозпродукции с личных подворий;
- живописные естественные ландшафты;
- большое количество памятников археологии, истории и культуры, природы;
- самобытные традиции и обычаи, ремесла и промыслы, фольклор.

При этом практика последних лет показала, что реально уже сложились следующие целевые группы клиентов сельских усадеб:

- ✓ отечественные туристы-горожане;
- ✓ зарубежные туристы;
- ✓ корпоративные группы, связанные общим местом работы;
- ✓ компании, состоящие из друзей, знакомых;
- ✓ семьи;
- ✓ мобильные группы, совершающие многодневные велосипедные, водные путешествия [1].

Весьма важным аспектом при формировании агротуристического института в Беларуси было формирование конкурентоспособного продукта на мировом рынке туризма, и как один из важных факторов – привлечение иностранных туристов.

С точки зрения меркантилизма, агротуризм можно рассмотреть как государственную необходимость формирования положительного сальдо платежного баланса, поскольку его развитие для страны обеспечивает приток не только денежных средств, но и иностранных капиталов в развивающуюся национальную туристическую индустрию. Следовательно, агротуризм для Беларуси по своей сути может являться экспортной операцией. Но в то же

время, с точки зрения меркантилизма, можно сделать противоположный вывод, что страна, поставляющая туристов, - это страдающая в туристическом обмене сторона. Каждый доллар или евро, потраченный на приобретение туристических услуг, являет собой убыток и путь к отрицательному платежному балансу [2, с. 46]. Современная Беларусь по большей части является донором для обогащения крупных туристических курортов ближнего и дальнего зарубежья. Так, за 2010 год за пределы Республики Беларусь с целью туризма выехало 414735 человек, каждый из которых в среднем потратил на тур около 435 долл. США. В свою очередь в этот же год с целью туризма в Беларусь въехало всего лишь 120073 человека (без учета граждан, пересекавших российско-белорусский участок границы). Каждый из прибывших иностранных граждан за туристический тур заплатил около 209 долл. США. Показатель выезда белорусских граждан в 3,5 раза больше, чем въезд иностранцев в пределы Республики Беларусь, что характеризуется низкой привлекательностью белорусского сегмента туристических услуг. Отток иностранной валюты превысил в два раза их приток. Исходя из меркантилистской теории, можно сделать вывод об отрицательном сальдо поступивших в белорусский бюджет денежных средств от приема иностранных туристов.

За 2010 год количество туристов посетивших агротуристические усадьбы составило 119214 человек, которые в общей сумме потратили на услуги агротуристических ферм 10025,9 млн. бел. руб., что эквивалентно по курсу Национального Банка Республики Беларусь на 31.12.2010, который был равен 3000 бел. руб. за 1 доллар США, - 3341967 долл. США. В среднем, каждый посетивший агроусадьбу потратил на свой отдых около 30 долл. США. Больше всего услугами агротуристических комплексов воспользовались: белорусов – 108528, россиян – 8247, украинцев – 417, литовцев – 402, немцев – 290, поляков – 302, латышей – 108, а так же граждане Афганистана, Израиля, Италии, Нидерландов, Франции, Швеции [3, с. 65-66].

Согласно меркантилистскому подходу, туризм является постоянно конкурирующей системой между государствами за рост прибытий иностранных туристов. Республика Беларусь пытается привлечь иностранные капиталы через увеличение притока туристов и созданием своей туристической направленности. На данный момент присутствует ряд барьеров, в том числе и политических, которые мешают более полному развитию данной отрасли: неразвитость инфраструктуры для развлечения и досуга отдыхающих, отсутствие организации должной культурной программы, большие затраты для иностранных граждан (доставка к месту отдыха, высокая стоимость консульского сбора, языковые барьеры). Следовательно, основными потребителями услуг агротуристических комплексов сейчас являются сами граждане Беларуси, а так же граждане России и Украины.

Проблема современного агротуризма Беларуси заключается в отсутствии широкой рекламной и маркетинговой поддержки со стороны государства и министерства спорта и туризма. Активное продвижение идей отдыха, как в самой стране, так и за её пределами способно привлечь большее число отдыхающих. Увеличение предлагаемых и оказываемых услуг, создание атмосферы сельской жизни, объединение владельцев сельских усадеб в кластеры, формирование патриотической и исторической идеи отдыха - все это в полной мере может составить конкуренцию в сфере сельского туризма большинству стран со стороны Беларуси.

1. Агротуризм как компонент экотуризма – [Электронный ресурс]. Режим доступа - <http://padarozhe.ru/agroekoturizm-kak-komponent-ekoturizma>. Дата доступа - 05.02.2012.
2. Рубаник А.Н. Технологии въездного туризма / А.Н. Рубаник, Д.С. Ушаков. – Ростов-на-Дону: Феникс: MapT, 2010. – 377 с.
3. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [ред. Е.И. Кухаревич (председ.) и др.]. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2011. – 130 с.

Author	Subject of the report/ the supervisor
Shilko Maxim, 5 th –year student, Belarusian State University	<i>Mercantilist approach to the development of agro-tourist services in the Republic of Belarus.</i> (PhD Beresneva A.)
Шилько Максим Юрьевич, студент 5-го курса, УВО «Белорусский государственный университет»	<i>Меркантилистский подход к формированию агротуристических услуг в Республике Беларусь.</i> (К.э.н., доц. Береснева А.И.)