

20 ЛЕТ АГРОЭКОТУРИЗМУ БЕЛАРУСИ: ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ И ТРЕНДЫ

В. А. Клицунова¹⁾, Д. В. Пукась²⁾

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь,
lera.greenbelarus@gmail.com*

В статье обобщается двадцатилетний опыт развития агроэкотуризма в Беларуси, оцениваются условия и предпосылки, обеспечившие успех этой новой отрасли туризма. Авторы выделяют особую роль общественных организаций и государственной поддержки в этом процессе. Высокий уровень человеческого капитала в Беларуси позволил взять курс на креативную экономику в этой сфере и создать разнообразный и привлекательный турпродукт на базе агроусадеб.

Ключевые слова: агроэкотуризм; БОО «Отдых в деревне», креативная экономика; кластер; впечатления.

20 YEARS OF AGROECOTOURISM TOURISM IN BELARUS: MAIN STAGES AND TRENDS

V. A. Klitsounova¹⁾, D. V. Pukas²⁾

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, lera.greenbelarus@gmail.com*

The 20-year experience of agroecotourism development in Belarus is described in the article, as well as conditions and prerequisites of its success are estimated. The emphasize on a special role of NGOs and governmental support is made. The high level of social capital has enabled to get oriented to a creative economy and create a diverse and attractive tourist product based on homestays.

Keywords: agroecotourism tourism; Country Escape; creative economy; cluster; experience.

Агроэкотуризм – это один из видов устойчивого туризма, который помогает экономическому и социальному развитию регионов и способствует охране окружающей среды. Он полностью отвечает концепции развития зеленой экономики, курс на которую взяла наша страна. Согласно мнению экспертов ООН, в Беларуси есть четыре главных акселератора, которые могут обеспечить нам устойчивое развитие и на которые следует обращать особое внимание: зеленая экономика, вовлечение молодежи, цифровизация и гендерное равенство. Все это включает в себя агроэкотуризм в его современном состоянии.

Началом развития агроэкотуризма Беларуси принято считать 2002 год, когда было создано первое региональное общественное объединение «Агро- и экотуризм», которое через год трансформировалось в национальную организацию – БОО «Отдых в деревне». Опыт деятельности общественных организаций Европы в сфере сельского туризма позволяет выявить следующие закономерности:

- правовая легализация сельского туризма и налоговые льготы придают его развитию взрывной характер;
- регулирование сельского туризма должно осуществляться на национальном уровне;
- создание ассоциации на ранней стадии ускоряет развитие сельского туризма;
- сельский туризм должен сосредоточиться в первую очередь на внутреннем рынке;
- «человеческий фактор» – основа сельского туризма, поэтому обучению и воспитанию персонала следует уделять самое пристальное внимание.

Беларуси не стала исключением и подтвердила эти закономерности.

За 20 лет развития агроэкотуризма Беларуси была создана, по сути, уникальная новая отрасль экономики.

Динамика создания агроусадеб

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Брестская область	151	178	199	253	296	346	343	368	388	423	434	462
Витебская область	322	359	401	449	502	605	606	609	601	647	670	732
Гомельская область	131	332	358	289	228	196	180	161	156	171	182	206
Гродненская область	180	185	229	246	281	303	324	327	356	399	433	455
Минская область	255	304	412	482	541	597	639	662	763	891	972	1054
Могилевская область	208	218	176	162	189	216	187	192	209	229	245	245
Всего	1247	1576	1775	1881	2037	2263	2279	2317	2473	2760	2936	3150

Примечание. Источник: [3].

Появилось более 3000 усадеб (таблица), сотни ремесленников начали демонстрировать (мастер-классы) и продавать свои изделия туристам, появились десятки зеленых маршрутов, ремесленные мастерские, фермерские хозяйства, местные музеи, музыканты и фольклорные коллективы, природоохранные территории, памятники архитектуры под единым брендом.

Появились веломаршруты, экотропы, маршруты для сплавов. Более полумиллиона туристов в год теперь отдыхают в белорусской деревне (рисунки 1).



Рис. 1. Количество туристов в белорусских агроусадебках

Примечание. Источник: [3].

За время деятельности БОО «Отдых в деревне» было реализовано более 25 проектов, которые сыграли основополагающую роль в формировании отрасли сельского туризма.

В начале ее деятельности это были проекты и инициативы, связанные с разработкой стандартов и повышения уровня благоустройства агроусадьб. Используя современную терминологию, было поддержано множество стартапов. Помимо этого, были проведены сотни семинаров, тренингов, школ, десятки стажировок в различные страны к нашим партнерам в Литве, Латвии, Польше, Украине, Латвии, Германии, Италии и т.д.

Позднее появилось и реализовалось множество инновационных проектов, формирующих региональные туристические продукты на основе

партнерских взаимоотношений в виде зеленых маршрутов, кластеров, кооперативов, местных фондов и т.п.

Среди наиболее известных зеленых маршрутов и кластеров – «Воложинские гостинцы», «Край животворных криниц», «Велесаў шлях», «Муховаэцька кумора», «Наваколле». В рамках некоторых институций активно действуют кооперативы с одноименными названиями «Воложинские гостинцы» и «Велесау шлях». Это формы партнерства, в которых активно участвуют местные органы власти, представители бизнеса, носители традиционной культуры, ремесленники и т.д.

В настоящее время появились новые виды кластеров, которые объединяют более широкий спектр участников – агроусадыбы, ремесленники, производители сельскохозяйственной продукции. Хорошим примером может служить кластер «Наваколле» в Брестской области. Он продвигает крафтовые локальные и экологичные товары и услуги, которые основаны на местных традициях. В него входят лица, чья продукция отвечает подобным принципам.

Анализ развития агроэкотуризма за 20 лет позволяет выделить три основные стадии (периода), которые отличаются приоритетными целями и тематикой проектов и инициатив (рисунок 2).

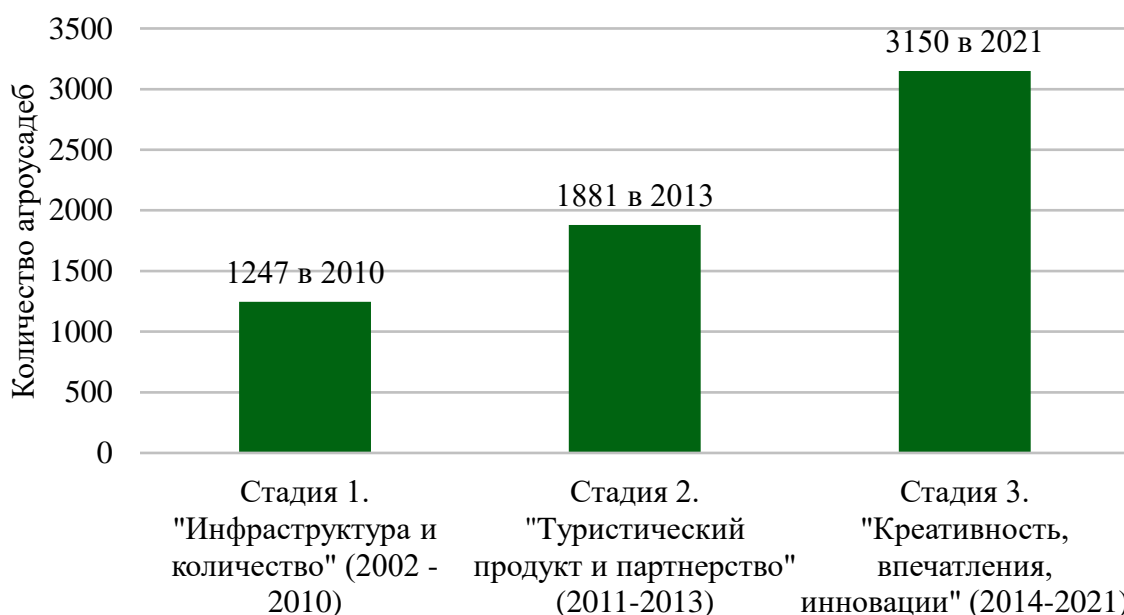


Рис. 2. Стадии развития агроэкотуризма в Беларуси

Примечание. Источник: составлено авторами на основе собственных исследований.

Период 2002-2010 гг. связан с созданием профессиональной организации БОО «Отдых в деревне» и одновременно развитием инфраструктуры в

сельской местности, формированием нормативно-правовой базы и увеличением количества агроэкоусадоб. 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.

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.

Начиная с 2014 г. был взят курс на креативную экономику и впечатления, как наиболее востребованный турпродукт. Акцент был сделан на высокое качество человеческого капитала: знание традиций, творчество и мастерство хозяев усадеб. Именно эмоции и впечатления обеспечивают добавленную стоимость и ценность турпродукта в наши дни.

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

За 20 лет существования методы и инструменты продвижения услуг в сфере агроэкотуризма кардинально менялись. 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 инструментов. 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. И на данный момент это, возможно, самые популярные и относительно дешевые способы продвижения. Плюсом данного способа продвижения является то, что хозяева могут это делать самостоятельно, получив базовые навыки по фотографии, написанию текста, таргетированию, или же с привлечением сторонних специалистов. Интернет-порталы с базами агроусадоб по-прежнему пользуются спросом. Многие хозяева освоили и международные сервисы (booking.com, Airbnb.com).

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.

Одним из эффективных средств продвижения в агроэкотуризме Беларуси всегда было сотрудничество с туроператорами. Многие известные туроператоры («Винополь», «Беларустурист», «Вокруг света» и др.) включают в свои автобусные туры посещение агроусадоб, которые готовят программу пребывания 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», «Экосистема туризма») разрабатывают свои туры, основываясь на предложениях агроусадоб, ремесленников, природных гидов. Этот, так называемый «крафтовый» туризм становится все более популярным. Он предполагает путешествия в небольших группах.

3000 агроусадоб – число символичное для нашей страны. В начале прошлого века в Беларуси было именно столько поместий. Это были усадьбы, принадлежащие дворянскому сословию (от крупных магнатов до небогатой шляхты). Данные объекты практически исчезли. Но теперь появилось такое же количество агроусадоб – это своего рода начало возрождения былых традиций и образа жизни.

За 20 лет развития агроэкотуризм Беларуси достиг больших успехов в своем развитии – возникла целая отрасль экономики с впечатляющими показателями – более 3000 усадоб, более 500000 туристов в год, десятки зеленых маршрутов и тематических фестивалей, собственный бренд – «отдых в белорусской деревне».

Для развития этого вида туризма в Беларуси есть большой потенциал и благоприятные условия. Это природное и культурное наследие,

включающее нематериальную культуру (обряды, ремесла, кухня), сельский образ жизни, отвечающий принципам устойчивого развития.

Социальный капитал в нашей стране очень высокого качества – образовательные и творческие люди, которые создают разнообразный креативные продукт и незабываемые впечатления. Способность к сотрудничеству и кооперации, сформировавшиеся в период социализма тоже велика. И как результат у нас реализуются, успешные модели зеленых маршрутов, кластеров, фестивалей, предполагающие партнерство и взаимодействие.

Все это использовалось БОО «Отдых в деревне» при объединении и обучении людей и реализации международных проектов, повлиявших на формирование прогрессивного законодательства и феноменальной государственной поддержки.

Помимо этого, у агроэкотуризма Беларуси появилась мессианская новая функция – повышение самоидентификации и национального самосознания.

Библиографические ссылки

1. *Slocum S., Klitsounova V.A.* Tourism Development in Post-Soviet Nations // V.A. Klitsounova, S. Slocum. Palgrave Macmillan, 2020. 218 p.

2. *Клицунова В.А.* Интерпретация наследия в туризме. Новые подходы в эпоху экономики впечатлений / В.А. Клицунова. 2-е изд. Минск: Четыре четверти, 2021. 220 с.

3. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2022 [Электронный ресурс]. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_brochures/index_54359/ (дата доступа: 01.11.2022).