

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
Кафедра международного туризма

АГРОЭКОТУРИЗМ В ПЕРИОД СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ: НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ

Материалы
XII Национальной научно-практической конференции
с международным участием

Республика Беларусь
Минск, 25 ноября 2021 г.

МИНСК
БГУ
2021

УДК 338.48-53:63(06) + 338.48-6:502/504(06)

ББК 65.433.5я431

A26

Редакционная коллегия:

доктор исторических наук *Л. М. Гайдукевич* (гл. ред.);

кандидат сельскохозяйственных наук *В. А. Клицунова*;

кандидат экономических наук *Н. И. Богино*;

А. Н. Решетникова

Рецензенты:

доктор экономических наук *Н. С. Шелег*;

кандидат географических наук *В. М. Зайцев*

A26 **Агротуризм** в период современных вызовов: национальный опыт : материалы XII Нац. науч.-практ. конф. с международным участием, Респ. Беларусь, Минск, 25 нояб. 2021 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2021. – 145 с.

ISBN 978-985-881-241-6.

Представлены результаты научных исследований и практический опыт организации агротуризма в Республике Беларусь и зарубежных странах.

Предназначено для представителей туристского бизнес-сообщества, преподавателей и студентов сервисно-экономических направлений подготовки, научных работников, а также для широкого круга читателей.

УДК 338.48-53:63(06) + 338.48-6:502/504(06)

ББК 65.433.5я431

ISBN 978-985-881-241-6

© БГУ, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Андреева В. Л., Бык А. Н.</i> Экотропа в пространстве природно-культурных ландшафтов.....	5
<i>Астапенко Ю. О.</i> Опыт проведения хакатона #НАСК4TOURISM в рамках продвижения и популяризации агротуризма Беларуси.....	12
<i>Астахов Т. А.</i> Сельский туризм в России: на примере Республики Мордовия.....	16
<i>Богоино Н. И.</i> Событийные мероприятия формата Open Air в агротуризме: традиции и инновации.....	20
<i>Гаффаров Е. В.</i> Беларусь – ЮНВТО: перспективы сотрудничества в области агроэкотуризма.....	32
<i>Давыденко Л. Н.</i> Методологические аспекты исследования развития сельского туризма.....	36
<i>Демьянов С. А.</i> Методологические аспекты разработки кадастра туристических ресурсов региона в контексте инклюзивного туризма.....	41
<i>Долук С. Г.</i> Использование информационных технологий в продвижении зеленого маршрута «Зялеными сцежками ад Іслачы да Віліі».....	47
<i>Лебедева И. В.</i> Влияние пандемии COVID-19 на предпочтения потребителей услуг сельского и экологического туризма.....	51
<i>Меркульева В. К.</i> Сельский туризм в Алтайском крае.....	59
<i>Мозговая О. С., Яценко А. В.</i> Инновации в развитии туристической инфраструктуры ООПТ.....	63
<i>Морозов Д. В.</i> Этномикология и фунготерапия: пути применения в агроэкотуризме.....	80
<i>Морозов Д. В., Се Цзинфу.</i> Опыт развития сельского туризма в Китае.....	90
<i>Новгородский Т. А.</i> Роль традиций питания в развитии агротуризма Беларуси.....	99

<i>Панько А. Д.</i> План развития кластерной инициативы «Наваколле»: концептуальные положения.....	103
<i>Пукась Д. В.</i> Гастрономический туризм как инструмент социально-экономического развития регионов: успешные международные и белорусские примеры использования гастрономического наследия в туризме.....	109
<i>Синявская Ю. И., Дедок В. М.</i> Особенности развития агротуризма в Аргентинской Республике.....	115
<i>Теребей А. П.</i> О юридических аспектах в сфере агроэкотуризма.....	120
<i>Чжан Мэнмэн.</i> Меры по развитию агроэкотуризма.....	125
<i>Шурина С. Д., Решетникова А. Н.</i> Динамика и структурные особенности развития туризма в Брестской области.....	128
<i>Klitsounova V. A.</i> Networking, Clustering and Creativity as a Tool for Tourism Development in Rural Area of Belarus.....	137

ЭКОТРОПА В ПРОСТРАНСТВЕ ПРИРОДНО-КУЛЬТУРНЫХ ЛАНДШАФТОВ

Андреева В. Л.

*Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка,
пр. Независимости, 18, 220030, Минск, Республика Беларусь, andreeva@bspu.by*

Бык А. Н.

*Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка,
пр. Независимости, 18, 220030, Минск, Республика Беларусь, быкАН@bspu.by*

На современном этапе развития индустрии туризма особое значение приобретают экологические направления туристской деятельности. Всё чаще современный человек стал задумываться о том, что нужно изменить своё потребительское отношение к окружающей среде и связи с этим ему необходим высокий уровень экологической компетентности, позволяющий рационально использовать природные ресурсы, решать наметившиеся экологические проблемы и предотвращать экологические катастрофы. Одной из универсальных форм экологического просвещения, где возможно комплексное осуществление физического, патриотического, краеведческого и экологического воспитания и образования является экологическая тропа. Вопросам разработки экологической тропы посвящена данная работа.

Ключевые слова: экологический туризм; экологическая тропа; изучение аттрактивности ландшафта; экологические компетентности.

ECOTROPE IN THE SPACE OF NATURAL AND CULTURAL LANDSCAPES

Andreeva V. L.

*Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank,
Sovetskayast., 18, 220030, Minsk, Republic of Belarus, andreeva@bspu.by*

Byk A. N.

*Belarusian State Pedagogical University named after Maxim Tank,
Sovetskayast., 18, 220030, Minsk, Republic of Belarus, bykAN@bspu.by*

At the present stage of development of the tourism industry, ecological directions of tourist activity are of particular importance. Increasingly, modern man began to think about the need to change his consumer attitude to the environment and therefore he needs a high level of environmental competence that allows rational use of natural resources, solve emerging environmental problems and prevent environmental disasters. One of the universal forms of environmental education, where the integrated implementation of physical,

patriotic, local history and environmental education and education is possible, is the ecological path. This work is devoted to the development of an ecological trail.

Keywords: ecological tourism; ecological trail; study of the attractiveness of the landscape; ecological competence.

Современная туристская отрасль становится всё более «зелёной», всё большее количество туристов уделяют внимание вопросам сохранности естественной природы, которая во многом зависит от экологически ответственного мировоззрения и экологической культуры человека. Актуальность работы состоит в том, что экологическая тропа является одной из универсальных форм экологического просвещения, где возможно комплексное осуществление физического, патриотического, краеведческого и экологического воспитания и образования.

Экологическая тропа представляет собой туристский маршрут, который был специально оборудован для проведения экологических или других видов экскурсий. Основная цель создания экологических троп заключается в формировании мировоззрения, экологического воспитания, культуры и образования, а также совмещение активного отдыха посетителей экологической тропы с просветительской. Экологические тропы могут называться по-разному: тропа природы, научная трасса, естествоведческая тропа и др. Несмотря на относительную молодость экологических троп Беларуси, анализ перечня их маршрутов показал их разнообразие: как принадлежности к различным министерствам и ведомствам Республики Беларусь: НАН Беларуси, Минлесхоза, Управления делами Президента Республики Беларусь, по длине маршрута – от несколько сот метров до 175 км, так и назначения. Экологические тропы можно классифицировать и по другим критериям. В частности, по протяженности и форме, сезонности, сложности прохождения, использованию различными возрастными группами, способу прохождения [1]. В зависимости от назначения различают просветительские прогулочные (рекреационные) и туристические (спортивные), а также учебно-экологические тропы. Первый тип – рекреационный – может использоваться самостоятельно без экскурсовода (или проводника). Основная цель экотропы просветительно-экологическая и воспитательная. Здесь раскрываются вопросы взаимодействия природной и антропогенных сфер. Участники маршрута узнают, какие мероприятия осуществляются для охраны природы. Протяженность подобных троп небольшая, до нескольких километров. Второй тип – познавательно-туристские тропы. Их протяженность от нескольких десятков до нескольких сотен километров. Длительность может составлять до нескольких дней. Тропы такого типа чаще

прокладывают в буферных зонах особо охраняемых природных территорий или лесхозах. Посетители проходят тропу с сопровождающим лицом, предварительно проходят инструктаж по ориентированию на местности, снабжены крупномасштабными картами района.

Учебно-экологическая тропа представляет собой маршрут, разработанный для организации и проведения в его границах части образовательного процесса, направленного на изучение природных явлений, объектов и систем, а также антропогенно преобразованных и техногенных ландшафтов, изучении основ рационального природопользования. Учебно-экологическая тропа выполняет такие задачи как познавательную, обучающую, развивающую, воспитательную и рекреационную, оздоровительную.

Познавательный и обучающий аспект выражается в знакомстве с местной флорой и фауной, растительностью и животным миром окружающих биогеоценозов, выявлении взаимосвязей и взаимозависимостей между компонентами природной среды. На экотропе может выполняться сбор наглядного материала для дальнейшего обучения. Развивающая задача экологической тропы заключается в развитии таких познавательных процессов как внимание, память, мышление, восприятие, наблюдательность. Учебную экологическую тропу создают сами преподаватели и ученики (в отличие от туристических). Рекреационная и оздоровительные функции экотропы заключается в различных способах показа и наглядного объяснения значение природы в жизни человека; возможности создания условий для наблюдения за природными явлениями и объектами в их динамике; способах различных вариантов как активного, так и пассивного отдыха; сочетании умственного труда и физических нагрузок с отдыхом на природе; в формировании экологической культуры и экологического мировоззрения.

Различные авторы –Н.Н.Буторина, С.В. Моргачев, В.П. Чижова – предлагают варианты методик разработки экологических троп [2].

На первом этапе проектировки экологической тропы важным является выявление объектов природы, которые могут стать объектами интереса посетителей. Так как экологические тропы в большинстве случаев создаются на природно-охраняемых территориях, необходимо выявить нагрузку на территорию, которая учитывает: 1) срок туристического сезона; 2) категории посетителей; 3) виды туристической деятельности; 4) планируемое количество посетителей.

Среди основных требований, представляемых к выбору будущего маршрута учитываются: 1) привлекательность; 2) доступность и безопасность; 3) информативность.

Привлекательность троп для посетителей возникает из трех частей: 1) изящность природы; 2) индивидуальность тропы; 3) разнообразие.

Анализ литературы показал, что большинство авторов сходятся во мнении, что ведущим критерием эстетической привлекательности территории является степень разнообразия. Живые насыщенные ландшафты всегда привлекали внимание респондентов по сравнению с монотонными однообразными территориями. Степень уникальности туристских ресурсов также является одним из приоритетных критериев оценки их привлекательности. Объясняется этот факт тем, что подобные объекты уже являются своеобразными символами территории. Поэтому, при разработке учебной экологической тропы, важно выбрать те точки маршрута, на которых пейзажи будут более разнообразны.

Как правило, предполагаемая территория экотропы размещается на особо охраняемых природных территориях и характеризуется уникальным или высоким уровнем аттрактивности или эстетической привлекательности ландшафта. Аттрактивность связана напрямую и косвенно с воздействием на человека и степень данного воздействия зависит от его эмоционального, физического, психофизиологического состояния.

Для выявления степени привлекательности ландшафта какой-либо территории необходимо оценить маршрутный коридор тропы.

Он представляет собой чередование всех элементов тропы, которые можно визуальнo охватить и которые влияют на общее восприятие картины природы (сама экологическая тропа, территория, которая с неё просматривается, полоса отчуждения). Последняя выполняет защитную функцию, это своеобразный барьер, способствующий уменьшению степени воздействия человека на природу. Его ширина колеблется от метра в границах луговой растительности, нескольких метров – в плотной лесной растительности и до несколько десятков метров – для открытой местности.

Для изучения характеристик привлекательности тропы необходимо проложить маршрут и определить местонахождения обзорных (видовых) точек. Они представляют собой смотровую площадку, с которых хорошо просматривается окружающая местность. Это как правило, повышения в рельефе. По мнению А.В. Николаева, различают точки узкого обзора (с углом менее 30°), секторного обзора – 30-115°, панорамные (120-240°), точки кругового обзора (более 240°) [3]. В проекте экологической тропы часто приводятся морфометрические параметры рельефа площадки (её

относительная высота, степень расчленения, форма склонов, их крутизна, наличие обнаженных участков, эрозионно опасных участков и т. д.).

Степень привлекательности усиливается при наличии пейзажных кулис, создающих эффект «картинной рамки», особенно при наличии парных кулис, окружающих пейзаж по обе стороны от горизонта. Также композиция пейзажа определяется количеством узлов, осей. Последние «создают визуальный акцент в ландшафте, делая его узнаваемым и приятным для глаз». По мнению М. Д. Гродинского, количество узлов должно быть не менее 4-5 единиц, меньшее или большее количество снижает степень их привлекательности [4].

Со смотровых площадок оценивается глубина перспективы, длины наблюдаемого пространства и удаленности от поля зрения с точки обзора [4]. Для оценки видового обзора с маршрутных точек используют следующие градации обзора: узкий (с углом менее 30 °), секторный (30-115 °), панорамный (120-240 °) и общий (более 240 °) [3]. Соответственно, различают ближайшую перспективу, вид которой составляет десятки метров; среднюю перспективу – вид виден на сотни метров; дальнюю перспективу – до нескольких километров. Различают передний план (до 90 м хорошо видны мелкие предметы в ландшафте, определяется их структура, запах); передний план (различимы ветки деревьев, гроздь цветов, крики некрупных птиц, определяются умеренные ветры, улавливается запах леса); средний план (до 7,5 км, выделяются отдельные крупные деревья, валуны, цветочные поля), фон (от 7,5 км до горизонта выделяются рощи, озёра).

Привлекательность троп для посетителей определяется контрастностью (цветовой, звуковой, структурной и т.п.). Она может выражаться в чередовании хорошо сохранившихся участков местности с антропогенно, даже техногенно преобразованными. Последние являются хорошим объектом для демонстрации влияния человека на природу, в т.ч. с указанием необратимых последствий этого воздействия.

Аттрактивность ландшафта усиливает ритмичность: частота смены его компонентов. Последние выражаются степенью различия компонентов окружающей природы, будь то разница в относительной высоте ландшафта, или в степени расчлененности рельефа, наличии крупных водных объектов.

Цвет, точнее цветовая контрастность природных красок, усиливает аттрактивность. Цветные вкрапления усиливают роль привлекательности и усиливают эффект разнообразия структуры и формы ландшафта. Цвет влияет на психику и эмоциональное состояние человека, влияя на физический и биохимический уровни. Связи между цветом и свойствами окружающей среды фиксируются у человека на подсознательном уровне

и «работают» в виде ассоциаций [4]. Одними из наиболее привлекательных являются такие цвета природных ландшафтов как голубой и зеленый с контрастными проявлениями желтого, оранжевого и белого цветов [5].

Какие компоненты ландшафта могут быть эстетически привлекательными? Геологические объекты. Среди уникальных геологических объектов Беларуси это крупные валуны, выходы контрастных геологических пород (например, меловые отложения), разработка полезных ископаемых (карьер «Руба» по добыче доломита).

Критериями привлекательности ландшафтов часто являются контрастные формы рельефа – отдельно стоящие камовые холмы, озовые гряды, крутые склоны холмов. Среди объектов привлекательности выделяют водные объекты: как природные водотоки (озера, крупные реки с разработанными речными долинами) и искусственные водные объекты.

Среди показателей привлекательности указывается густота речной сети, удаленность гидрологического объекта от наблюдателя, морфометрические показатели (глубина, длина, ширина), степень эвтрофности озера и др. В работах, связанных с оценкой привлекательности растительного покрова, среди заявленных показателей чаще указывается видовой состав, декоративность, время цветения; для лесной растительности – возраст, санитарные условия, показатель лесистости территории (от 30 до 60%), что не противоречит обзорности. Состав лесных пород важен своей эстетической ценностью только в краткосрочной перспективе. При оценке привлекательности рекомендуется учитывать сезонность, фенофазу, время суток. Часто в качестве показателей атрактивности включают количество охраняемых природных объектов.

Для оценки эстетического потенциала ландшафта необходимы четкие физические свойства объектов. Выбор критериев напрямую связан с особенностями территории.

Следовательно, чтобы оценить привлекательность ландшафта, необходимо определить его морфологические, генетические характеристики и тип использования.

Оценка эстетической привлекательности ландшафта должна включать как общие характеристики ландшафта (эстетическую привлекательность: степень разнообразия и уникальности ландшафта, составляющие ландшафтной композиции, его цвет (свет), запах, вкус и т.д.), так и оценку компонентов ландшафта (литолого-минералогические, геоморфологические характеристики, особенности микроклимата внутренних водоемов, почвы и растительности).Посетителям необходимо

получить достаточно полную информацию о природных и культурных объектах и явлениях.

Следует учитывать индивидуальность тропы. Она достигается тем, что её прокладывают рядом с интересными и эффектными объектами природы (озера, ручьи, валуны и т.п.). Для каждой экотропы разрабатывают свой стиль, который используют при создании стоянок, информационных стендов(аншлагов) и т.п.

Особо необходимо продумать доступность и безопасность тропы. Отдельное внимание стоит уделить созданию смотровых площадок. Экологическая тропа не должна быть сложной для прохождения.

В момент разработки проекта экологической тропы желательно использовать чередование открытых и закрытых мест (лес-луг, озеро и т.д.) Также следует уделить особое внимание при разработке маршрута, чтобы он, по возможности, не проходил рядом с местами произрастания растений, которые занесены в красную книгу Республики Беларусь.

Непосредственно разработка материалов учебно-экологической тропы требует всесторонней оценки природных условий (уникальности, типичности, эстетических характеристик), учёта особенностей экологического состояния местности и прогноза изменений в результате эксплуатации, определения нагрузок, изучения интересов и потребностей обучающихся, и реализации всех этапов: от организационных до мониторинга. Основными принципами при проектировке экологических троп являются: экологичность, доступность, безопасность, информативность и привлекательность ландшафтов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Учебная практика по созданию сети экологических маршрутов в ботаническом саду им. проф. Б.М. Козо-Полянского Воронежского гос. университета / В. Н. Калаев, А. А. Воронин, Л. А. Лепешкина, Т. А. Девятова. Воронеж: ВГУ, 2012. 50 с.
2. Тропа в гармонии с природой : сб. тр. / В. П. Чижова [и др.]. Москва: «Р.Валент», 2007. 176 с.
3. Николаев В.А. Ландшафтоведение. Эстетика и дизайн. Москва: Аспект Пресс, 2005. 176 с.
4. Гродзинський М. Д., Савицька О.В. Естетика ландшафту: навчальний посібник. Київ: Київський університет, 2005. 270 с.
5. Мотошина А. А., Вдовюк Л. Н. Оценка эстетических свойств ландшафтов Тобольского района Тюменской области в рекреационных целях / Географический вестник. 2012. № 4 (23). С.10–20.

ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ ХАКАТОНА «#НАСК4TOURISM» В РАМКАХ ПРОДВИЖЕНИЯ И ПОПУЛЯРИЗАЦИИ АГРОТУРИЗМА БЕЛАРУСИ

Астапенко Ю. О.

*ИООО «ЭПАМ Системз»,
ул. Академика Купревича, 1-1-110, 220141, Минск, Беларусь, aprilsinger@tut.by*

Сегодня хакатоны не относятся к хакерству, это марафон программистов, где небольшие команды специалистов из различных областей разработки программного обеспечения сообща работают над решением какой-либо проблемы. Как правило, задачей хакатона является создание полноценного программного обеспечения, но существуют и хакатоны, которые предназначены для социальных целей. На таких хакатонах разрабатываются веб-сервисы (мобильные приложения, сайты, веб-приложения и т. д.) для решения социально значимых задач. Результатом хакатона и совместной работы активистов и IT-специалистов является не прототип будущего приложения, а уже готовый к запуску минимальный жизнеспособный продукт – первая версия приложения, на котором можно протестировать работу идеи.

Для анализа был выбран ивент при поддержке и участии ИООО «ЭПАМ Системз»: Хакатон ЕРАМ и ПРООН – #Hack4Tourism, который проводился в Брестской крепости в 2015 году.

Цель исследования – изучение опыта участия и полученных результатов проведения хакатона на заданную тему. Результаты помогут более детально изучить национальный опыт проведения социального хакатона, направленного на поддержание и продвижение агротуризма и национальных ценностей на рынке нашей страны.

Ключевые слова: хакатон; агротуризм; агроусадьбы.

EXPERIENCE OF HAKATON «# HACK4TOURISM» IN THE FRAMEWORK OF PROMOTION AND POPULARIZATION OF AGROTOURISM IN BELARUS

Astapenko Y. O.

*EPAM Systems,
A. Kuprevicha str., 1-1-110, 220141, Minsk, Belarus, aprilsinger@tut.by*

Today, hackathons are not just hacking, they are a marathon of programmers, where small teams of specialists from various areas of software development work together to solve a problem. As a rule, the task of a hackathon is to create full-fledged software, but there are also hackathons that are designed for social purposes. At such hackathons, web services are developed (mobile applications, websites, web applications, etc.) to solve socially significant problems. The result of the hackathon and the joint work of activists and IT specialists is not

a prototype of a future application, but a ready-to-launch minimum viable product - the first version of the application on which an idea can be tested.

For the analysis, an event was selected with the support and participation of EPAM Systems: EPAM and UNDP Hackathon - #Hack4Tourism, which was held in the Brest Fortress in 2015.

The purpose of the research is to study the experience of participation and the results of the hackathon on a given topic. The results will help to study the national experience of holding a social hackathon aimed at maintaining and promoting agritourism and national values in the market of our country.

Keywords: hackathon; agritourism; agro-estates.

Слово hackathon – это сочетание слов "hack" и "marathon", где hack означает: экспериментальное и творческое решение проблем с использованием игрового подхода, а марафон говорит о продолжительности мероприятия. Хакатон берет свое начало в разработке аппаратного и программного обеспечения, но сегодня эта концепция успешно применяется и в других отраслях для создания инновационных решений. Средняя продолжительность хакатона составляет от 24 до 58 часов, и он посвящен решению конкретной задачи или темы. Участники работают в небольших группах в обстановке, где поощряется творческое мышление, которое приводит к появлению новых концепций, прототипов и удивительных инновационных идей.

Каждый хакатон может работать по-разному. Это зависит от темы, его продолжительности, предлагаемых мероприятий и времени проведения. На примере #Hack4Tourism можно рассмотреть некоторые элементы, которые являются частью большинства хакатонов:

Большинство таких мероприятий должны начинаться со вступительной речи организаторов и презентации мероприятия – введения. Как правило, обсуждается расписание, объясняется предыстория и подробно раскрывается тема мероприятия. 11 - 12 июля 2015 года в городе Бресте, на территории Брестской крепости прошел социальный хакатон #Hack4Tourism. Организаторами ивента выступили ИООО «ЭПАМ Системз», Программа развития ООН и Мобильные ТелеСистемы. Организаторы открыли мероприятие, представили гостей и программу, определили следующие целевые области для сбора идей: сделать информацию о существующих туристических возможностях в Беларуси доступной для туристов. За основу предлагалось взять 17 существующих туристических дестинаций, созданных в рамках проекта USAID/ПРООН, и инновационные маркетинговые инструменты для продвижения туризма в Беларуси.

Некоторые хакатоны предлагают типичные элементы конференции. В данном случае, разрабатывая инновационные идеи о том, как

использовать скрытый туристический потенциал Беларуси и повысить его доступность, 7 команд (отобранных в результате предварительного конкурса), вместе с экспертами и под руководством Сергея Сергиенко, ментора из компании ЕРАМ, провели семинары, были индивидуальные выступления и мастер-классы.

Эти мероприятия также являются огромными ярмарками вакансий. В связи с этим, компании также продвигают или финансируют такие мероприятия, а ИООО «ЭПАМ Системз» и Мобильные ТелеСистемы организовали проведение 36-часового социального хакатона #Hack4Tourism [1].

Более того, хакатон является площадкой для обсуждения: уже после объявления слогана участники могут предложить подходящие идеи проектов, над которыми они хотели бы работать вместе с другими. Были поданы заявки на участие со следующими идеями: сайты баз агроэкоусадеб, достопримечательностей и туристических маршрутов с привязкой к геолокации, игры и квесты для существующих и вновь созданных туристических маршрутов; идеи по расширению туристических возможностей для инвалидов, мобильные приложения и гиды с элементами геймификации и дополненной реальности, разработка новых туристических маршрутов, сбор исторической и культурологической информации и многие другие. Показательно, что в состязании идей приняли участие команды не только из Минска, но и различных регионов Беларуси.

Хакатон – это работа в команде. Команды, как правило, не фиксируются заранее, а создаются в зависимости от проекта, и часто возникают относительно спонтанно. Команды должны быть как можно более разнородными. Разработчик Илья Лапитан, из брестского офиса ЕРАМ, поддержал команду YurpieYummy (в составе - студенты и выпускники факультета международных отношений Белорусского Государственного Университет), задал правильное технологическое направление, и команда начала работать над созданием сайта.

После того, как команды сформированы, они начинают совместно разрабатывать первоначальную идею, мозговой штурм позволяет собрать возможные стратегии и различные решения для их реализации на практике. Проект получил название «Кулінарная краіна “Гасцінія”». Презентация команды напоминала сказку: «Жылі мы жылі, стала цесна нам на гэтым свеце і вырашылі мы стварыць для сябе і для людзей краіну кулінарных вандровак і традыцый, і дэвіз гэтай краіны “Смакуй!”. Беларусь мае багатыя кулінарныя традыцыі, але большасць гэтага не ведае і для іх наша краіна — проста драпік-лэнд. Мы вырашылі разбурыць гэты

стэрэатып і даказаць, што драпікі — толькі адзін адсотак нашай багацейшай спадчыны» [2].

Победителями #Hack4Tourism стали команды YappieYummy (кулинарная карта) и Мивия (база данных с информацией о доступных туристических объектах). Победители получили финансирование в размере 1500 USD от Программы развития ООН и техническую поддержку от компании ЕРАМ [3].

Хакатон позволяет сосредоточиться на конкретной проблеме, определить потребность и разработать несколько решений, которые можно реализовать за короткое время. Кроме того, разнообразие команд позволяет подойти к проблеме с разных сторон и точек зрения. Таким образом, решение проблем достигается не традиционным способом достаточно быстро.

Команда YappieYummy представила сказочную страну кулинарных блюд и традиций «Гостиния», у которой есть свой национальный символ, административные деление. На сайте проекта (домашняя страница которого была создана в ходе хакатона) команда разбивает все стереотипы о белорусской кухне и представляет интерактивную карту, где нанесены объекты (агроусадьбы, кафе и др.), где можно попробовать настоящие белорусские блюда (а это не только традиционные драпики и бабка), описаны рецепты и легенды, связанные с ними. Команда показала, как это работает на примере Каменецкого района Брестской области, где очень популярны блюда из гусятины.

Если увеличить карту на стартовой странице сайта, то можно увидеть усадьбы, где готовится это блюдо. Идея может быть интересна крупным корпорациям, которые ведут социально ориентированный бизнес, местным мясокомбинатам или птицефабрикам, субъектам агротуризма.

Несмотря на тот факт, что многие проекты после завершения хакатона либо прекратили свое существование, либо утратили актуальность, стоит отметить, что сайт Gastinia функционирует и обновляется и сегодня. Сайт очень интерактивный, содержит карту Беларуси, на которой разбросано большое количество меток, нажимая на которые можно узнать, где и какое национальное блюдо можно попробовать. На сайте представлены следующие разделы – кулинарная карта (рецепты блюд, места питания, гастрономические маршруты, местные продукты), наследие (гастрономические призраки, кулинарные клубы, памятники еде), продвижение наследия (проекты, партнерства), блог и контакты. На данный момент сайт является собственностью Белорусского общественного объединения Отдых в деревне. Кроме гастрономических маршрутов на сайте можно ознакомиться со списком агроусадоб по всей стране и выбрать что-то для себя.

В Беларуси достаточно часто проводятся хакатоны с различными целями, поскольку они конструктивно решают задачи. Такие проекты рекомендуется использовать не только для успешного продвижения агротуризма, а также и для других видов туризма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Сайт ИООО «ЭПАМ Системз» [Электронный ресурс]. URL: <http://careers.epam.com> (дата обращения: 20.11.2021).
2. Сайт ПРООН в Беларуси / Социальные инновации [Электронный ресурс]. URL: <https://www.by.undp.org/content/belarus/ru/home/ourwork/povertyreduction1/overview.html/> (дата обращения: 07.10.2021).
3. Сайт Dev.by [Электронный ресурс]. URL: <https://dev.by/news?tag=hack4tourism> (дата обращения: 22.11.2021).

ОПЫТ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ

Астахов Т. А.

*ул. Гиляровского, д. 53, кв. 11, г. Москва, 129110, Российская Федерация,
1910014@bk.ru*

Рассмотрены основные этапы развития сельского туризма в Республике Мордовия с учетом личного опыта; описаны основные проекты и инициативы, оказавшие влияние на процесс.

Ключевые слова: сельский туризм; Республика Мордовия; агротуризм.

EXPERIENCE OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN RUSSIA, ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA

Astakhov T. A.

st. Gilyarovskogo, 53, apt. 11, Moscow, 129110, Russian Federation, 1910014@bk.ru

The main stages of the development of rural tourism in the Republic of Mordovia are reviewed, considering personal experience; the main projects and initiatives that influenced the process are described.

Keywords: rural tourism; Republic of Mordovia; agritourism.

Развитие сельского туризма в России – калейдоскоп. С одной стороны, у каждого региона своя история и свой интересный путь. С другой – все регионы так или иначе сталкиваются с общефедеральными

вопросами, касающимися, в основном, разных форм поддержки, или, точнее, отсутствия таковых в должном объеме.

Почему Мордовия? Можно было бы рассказать о многих регионах, где развивается сельский туризм. Причин несколько. Во-первых, формат статьи не позволяет рассказать всего, во-вторых, в 2022 году в Беларуси пройдут дни культуры Республики Мордовия, и, наконец, так сложилось, что сейчас автор статьи наиболее погружен в решение вопросов развития сельского туризма именно в Мордовии.

Развитие сельского туризма в Мордовии нельзя назвать поступательным и успешным.

Попытки обратить внимание общественности на развитие сельского туризма в Мордовии предпринимались и ранее. В 2013 году был организован круглый стол на площадке Мордовского госуниверситета им. Огарева, в 2014 году по инициативе Администрации Рузаевского муниципального района были организованы семинары для сельских жителей [1]. Автору статьи была поставлена задача в ходе семинаров рассказать о том, что такое сельский туризм, какие преимущества получает сельский житель, начинающий заниматься этим увлекательным делом.

Однако, к 2014 году у автора сложилось понимание, что только одни такие семинары неэффективны. Слушатели на третий день забывают, о чем шла речь. И уж, до того, чтобы начать свое дело в сельском туризме в 99% случаях дело точно не доходит. Семинар надо рассматривать не как цель, а как средство. Цель – организация маршрута, и его тестовый прокат. До тех пор, пока сельские жители, потенциально готовые принимать гостей не попробуют этого, не почувствуют, насколько им это интересно, они не поймут, не смогут ответить себе на главный вопрос: «Готовы ли вы работать с людьми, пустить их в свой дом?»

Следуя этой логике, было увеличено время на проведение семинаров, на подготовку и разработку маршрута ушло три недели. На 21-й день автобус с туристами поехал по маршруту Шишкеево – Стрелецкая Слобода – Огарево. Удивило сельских жителей, что первые туристы, преимущественно жители небольшого городка – районного центра, имеющие свои домики в соседних деревнях, покупали на маршруте домашние заготовки, веники для бани, дети радовались прогулкам в телеге, а взрослые не хотели уходить со стола импровизированной мордовской свадьбы в с.Огарево. В который раз убеждаешься, что работает главное правило сельского туризма – то, чем занимается сельская семья, может быть интересно туристам, которые готовы платить за впечатления, полученные от посещения сельских жителей.

В силу объективных и субъективных причин, за прошедшие с 2014 года 7 лет маршрут не заработал в полную силу. Однако, за это время появился интересный музей старины в с. Стрелецкая Слобода, в Шишкеево организована гончарная мастерская, в 2022 году будет реализован проект «Удаль молодецкая» по сохранению традиций казачества.

В 2020 году возникла идея на той же территории – в Рузаевском районе возобновить активность и попытаться посмотреть на другие села и найти точки роста в развитии сельского туризма. План был такой: разделить район на 7 территорий «кустов», в каждом из которых по 3-4 села, объединенных удобной логистикой и перспективой создать однодневный туристический маршрут.

Благодаря удачному стечению обстоятельств – проекту «Добрые дела для родного села», поддержанному грантом ФПГ, и необходимости предоставить площадку для заданий в рамках Всероссийской Олимпиады по агротуризму удалось изучить туристско-рекреационный потенциал выбранных семи направлений района, а студенческие команды шести вузов страны, выбравших на Олимпиаде Мордовию в качестве точки приложения своих творческих и профессиональных возможностей, показали, что выбор именно семи территорий был сделан правильно.

Студенты, удаленно изучая потенциал территории, предложили интересные маршруты. В марте 2021 года состоялась заочная часть Олимпиады, а в конце апреля студенческие команды – участники Олимпиады, выбравшие задания по Рузаевскому району Мордовии, приехали познакомиться с тем, что еще пару месяцев назад они изучали удаленно, через интернет. В течение двух дней им показывали все возможности сельских территорий и туристско-рекреационный потенциал, а на третий день, добавив к своим наработкам впечатления от увиденного, студенты совместно с молодыми активистами района приняли участие в стратегической сессии и показали свои маршруты. Какими они хотели бы их видеть глазами туриста, с учетом тех знаний, которые они приобрели, обучаясь по профилю «туризм».

В результате территории получили информационный импульс. Многие жители узнали о том, что то, что они видят и с чем сталкиваются ежедневно, может быть объектом показа, а сельские жители могут проводить интересные экскурсионные программы.

До этого на территории Рузаевского района о сельском туризме говорили, в основном, имея в виду 2 «куста» по три села в каждом. После 2-й Всероссийской Олимпиады в районе появилось еще пять территорий, на которых о себе полноправно заявили села, желающие включиться в работу по развитию сельского туризма. Обычно после подобных

«всплесков» наблюдается спад, ведь нужно с той же интенсивностью предлагать новые маршруты на рынок, нужна слаженная работа многих звеньев: туристско-информационного центра, туроператоров, учреждений культуры, иных муниципальных учреждений, на кого возложены полномочия по развитию туризма.

Такой спад, скорее всего и произошел бы, однако, в середине 2021 года наметилась тенденция на активизацию. Это связано, прежде всего, с поручением Президента РФ Главе Республики Мордовия о развитии сельского туризма в регионе, и появившейся возможности с 2022 года получить грантовую поддержку от Министерства сельского хозяйства РФ в виде гранта «Агротуризм» [2]. Максимальный размер грантовой помощи – 10 млн рублей. Выполнять поручение Президента и способствовать поиску заявителей на грант «Агротуризм» было поручено Министерству сельского хозяйства и продовольствия Республики Мордовия. Автора данной статьи пригласили к участию в этой работе.

Теперь поставлена задача в короткий срок выявить желающих заниматься сельским туризмом, вовлечь тех, кто уже принимает гостей, составить маршруты, продумать календарь событийных мероприятий. Для этого на территории региона было выявлено 6 пилотных муниципальных районов, где в 2022 году по составленным маршрутам проедут первые туристы. Для оперативности будет применена та же схема. Студенческим командам будет предложено на третью Всероссийскую Олимпиаду по агротуризму, которая стартует уже в январе 2022 года, поработать с выбранными 6-ю районами, в марте планируется защита этих работ, а в мае к работе будут привлечены победители конкурса, показавшие высокую степень вовлеченности и хорошие результаты. «Круг», по которому авторы проекта прошли весной текущего года в пределах одного муниципального района, будет реализован уже в масштабах целого региона.

А для того, чтобы импульс не остался только импульсом, работа будет продолжаться далее, с целью выявления новых территорий и продвижения уже сложившихся маршрутов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. В Мордовском университете обсудили развитие сельского туризма. [Электронный ресурс]. URL: https://akvobr.ru/razvitie_selskogo_turizma_v_mordovii.html (дата обращения: 15.11.2021).

2. Минсельхоз России планирует в 2022 году выдавать гранты на реализацию проектов развития сельского туризма. [Электронный ресурс]. URL: <https://mcx.gov.ru/press-service/news/minselkhoz-rossii-planiruet-v-2022-godu-vydavat-granty-na-realizatsiyu-proektov-razvitiya-selskogo-t/> (дата обращения: 16.11.2021).

СОБЫТИЙНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ФОРМАТА OPEN AIR В АГРОТУРИЗМЕ: ТРАДИЦИИ И ИННОВАЦИИ

Богино Н. И.

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, bahino@bsu.by*

Рассмотрены особенности организации событийных мероприятий на открытом воздухе в сельской местности. Выделены три типа сельских мероприятий формата Open air исходя из соотношения двух критериев: аутентичность и инновационность. Проведен анализ современной практики организации событийных мероприятий по таким тематическим видам как традиционные народные праздники/гулянья, профессиональные конкурсы, реконструкции военно-исторических событий, воссоздание социокультурной среды исторических поселений усадебного типа, экологические арт-фестивали, гастрономические фестивали, фестивали народного юмора. Сформулированы выводы об экономическом, экологическом и социальном значении сельских событийных мероприятий на открытом воздухе и об особенностях их организации.

Ключевые слова: формат Open air; событийные мероприятия; агротуризм; сельский туризм; событийный туризм; инновации в агротуризме; аутентичные мероприятия; культурно-исторический ландшафт; народные праздники; тематические виды мероприятий.

EVENTS IN THE OPEN AIR FORMAT IN AGROTOURISM: TRADITION AND INNOVATION

Bahino N. I.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, bahino@bsu.by*

The features of organizing outdoor events in rural areas are considered. Three types of rural events of the Open air format have been identified based on the ratio of two criteria: authenticity and innovation. The analysis of the modern practice of organizing events for such thematic types as traditional folk festivals / festivities, professional contests, reconstructions of military-historical events, recreation of the socio-cultural environment of historical manor-type settlements, environmental art festivals, gastronomic festivals, festivals of folk humor. Conclusions are formulated about the peculiarities of their organization.

Keywords: Open air format; event activities; agritourism; rural tourism; event tourism; innovations in agritourism; authentic events; cultural and historical landscape; folk holidays; themed types of events.

Событийные мероприятия в сельской местности имеют давние традиции. Однако сельский событийный туризм – это относительно новый сегмент, в том числе и для нашей страны. Дело в том, что традиционно путешествия и отдых в сельской местности ассоциировались с уединенным неспешным времяпрепровождением вдали от городского шума и суеты, в то время как мероприятия обычно многолюдные и шумные.

В то же время формат Open air, т.е. мероприятие на открытом воздухе наилучшим образом подходит для сельских населенных пунктов, где окружающая природная среда является естественной основой для создания положительных впечатлений от мероприятия.

По тематике событийные мероприятия на открытом воздухе могут быть не менее разнообразны, чем в городах. Они отличаются также различным соотношением аутентичности и инновационности.

По этому критерию можно выделить три типа мероприятий.

Во-первых, это абсолютно аутентичные мероприятия, для которых характерно сохранение и воспроизводство подлинного генетического содержания и формы представления события, без каких-либо обработок. Народный праздник или игры – это всегда событие, в буквальном смысле слова. Большинство народных праздников связаны с природой, ее объектами (река, дерево, животное), явлениями (дождь) и годовыми циклами (времена года, летнее солнцестояние). Аутентичные праздники всегда адекватны природному и культурно-историческому ландшафту.

Во-вторых, современные или инновационные праздники, которые имеют постановочный характер. При этом организаторы стремятся сделать их оригинальными по сценарию, формам взаимодействия участников и ведущих, используемым реквизитам, сувенирной продукции, информационной поддержке и др. аспектам. Возможна также смена локации при ежегодных мероприятиях.

В-третьих, смешанные мероприятия, которые сочетают в себе инновационность и традиционность и чаще всего представляют собой современные интерпретации народных праздников (с элементами сценической постановки и других вариантов интерпретации). Возможен также вариант воспроизводства аутентичного событийного мероприятия на искусственно созданной, но стилизованной под традиционную площадку (например, праздник Масленицы в этнографическом музее).

Прежде всего, потенциалом для развития событийного сельского туризма в формате мероприятий на открытом воздухе обладают традиционные народные праздники. Они вызывают интерес у туристов из разных стран своей самобытностью/оригинальностью, что так важно в условиях насыщенности туристского рынка, а также с точки зрения

продвижения сельского событийного туризма. Однако еще более важной является воспитательная роль таких мероприятий, причем не только для детей и молодежи, но и взрослого населения. Такие мероприятия позволяют формировать этническое самосознание, передавать в образной форме «нравственные установки этнического сообщества, традиции природопользования, эстетику культурного ландшафта» [1, с. 6]. Тем самым они создают условия для нравственного, эстетического и патриотического воспитания не только детей и молодежи, но и лиц старшего возраста. При этом форма воспитания ненавязчивая и даже увлекательная.

К наиболее популярным традиционным событийным мероприятиям на открытом воздухе в Беларуси можно отнести четыре праздника: Масленица, Купалье, Дожинки, Коляды.

Среди форм традиционной развлекательной культуры особенное место занимает Масленица, которая известна как народный праздник еще до крещения на Руси и для славян долгое время была также и встречей нового года. По продолжительности праздник занимает целую неделю, и в народе ее называли «честною» (народ ее чествует), «широкой», «обжорной» и даже «разорительницей» [2. С. 134]. Каждый день Масленицы имеет свое название и отличается содержанием праздничных мероприятий, которые имели определенное обрядовое значение, в том числе и религиозное. Так, первый блин, испеченный на масленицу, предназначался для поминовения усопших. В народе бытовало также поверие, что ели человек не принимает активное участие в этом празднике в течение недели, то его ждут различные несчастья и болезни [3, с. 46].

В современных условиях сохранение масленичных мероприятий в аутентичном виде практически не представляется возможным по ряду объективных причин. Среди них отметим только три: во-первых, большинство занятого населения работает не в сельском хозяйстве и, соответственно, организация труда и отдыха уже не подчиняется годовым природным циклам; во-вторых, многие народные забавы, которые обязательно проводились на свежем воздухе уже невозможно организовать по причине климатических изменений; в-третьих, изменились модели социального поведения. Так, например, в первый день Масленицы дети с утра выходили строить снежные горы; во второй день на этих горах каталась молодежь, присматривая себе будущего супруга или супругу; на четвертый день проводилась одна из любимых народных забав – кулачные бои (один на один или стенка на стенку, причем чаще всего действие происходило на льду замерзшей реки или

озера), на шестой день в субботу традиционно проводилась игра-забава «Взятие снежного городка» [3, с. 45-46].

Традиционные народные гуляния на открытом воздухе характеризуются как общими существенными элементами, так и наличием региональных и даже локальных различий. Так, для Масленицы можно выделить следующие наиболее существенные элементы: выпечка и угощение блинами, катания с гор и на лошадях, поминовение усопших, в воскресенье – заговенье перед началом Великого поста, а также просьба друг у друга простить все причиненные неприятности и обиды (прощеное воскресенье), торжественное сжигание чучела Масленицы.

Тем не менее, в Беларуси в некоторых деревнях сохранились традиции проведения Масленицы со своими характерными для конкретной местности особенностями, т.е. в абсолютно аутентичном виде, без сценических вставок. Примером такого мероприятия может служить старинный обряд «Чырачка» в деревне Тонеж Лельчицкого района Гомельской области. Местное название праздника проводов зимы получило от названия небольшой водоплавающей птицы (чирок-свистунок и чирок-трескунок) из рода речных уток, которая зовет весну забавным «триканьем».

Основные мероприятия праздника проводов зимы проводятся в воскресенье. Но накануне вечером женщины выпекают из теста печенье в форме уточек, а также готовят праздничные блюда из национальной и местной кухни. Заранее готовят также еще два символа этого обряда: во-первых, традиционное для Масленицы чучело зимы; во-вторых, девушки наряжают молодую елку яркими самодельными цветами – это символ продолжения рода.

Воскресным утром местные жители и гости на конных повозках и пешком направляются к Черничевской горе на окраине села, при этом исполняется обрядовая песня «Ой, чырачка». Шествие возглавляет молодой парень с нарядной елочкой. В корзинах сложены чирочки-печенья и другие вкусные угощенья.

Елку размещают на высоком месте, например, на груше, для хорошего урожая. На горе за селом у старого дуба разжигают костры: варят картошку, жарят сало и яичницу. После праздничного обеда начинаются гулянья. Один из парней исполняет роль заводилы народных игр – Ящура. Он может загадать любое желание, которое должны исполнить участники. Традиционное для проводов зимы катание с гор в Тонеже также имеет местный колорит: с горы скатываются в основном попарно, взявшись друг за друга и опустившись на землю поперек склона горы. Пожилые женщины предпочитают скатываться в одиночку кувырком в продольном направлении по склону горы, чтобы избавиться

от болей в спине. Кульминацией праздника по традиции является сжигание чучела Зимы.

С 2016 года уникальный старинный обрядовый праздник зазывания весны «Чырачка», который издавна и ежегодно проводят в Тонеже, признан нематериальной историко-культурной ценностью Беларуси. В последний день масленичной недели этот обряд собирает не только жителей Тонежа, но и гостей из Беларуси и зарубежных стран [4].

Однако, чаще всего народные обрядовые праздники на открытом воздухе сегодня проводят в смешанном формате, который сочетает в себе традиционные и современные сценические и другие элементы событийных мероприятий. В качестве примера можно привести праздник Купалье, который проводится на многих площадках и может быть разным по масштабам.

Наиболее массовым праздник Купалье стал в агрогородке Александрия Шкловского района Могилевской области, где он получил второе название «Александрия собирает друзей». Купалье над Днепром проходит с 2010 г., а с 2011 г. он стал площадкой для общего праздника трех этнически наиболее близких народов – белорусов, русских и украинцев. С древних времен река Днепр объединяла три восточнославянских народа, а также служила водной артерией на пути «из варяг в греки». В 2010 г. это мероприятие на открытом воздухе собрало 3 тыс. человек, но с течением времени праздник становился все более популярным. В 2021 г. гостями праздника стали более 66 тыс. человек, в нем участвовали 120 субъектов хозяйствования, которые организовали 135 торговых точек. Программа праздника насыщена, но при этом сценарий меняется из года в год и включает как традиционные, так и современные элементы: плетение венков, хороводы, прыжки через костер, поиск папараць-кветкі, выставки-ярмарки народных мастеров, аттракционы, концерт мастеров искусств и многое другое [5, 6].

Интересное развитие в Беларуси получил традиционный праздник урожая Дожинки. Также, как и в древности, он проводится повсеместно. Существует мнение, что несмотря на то, что праздник урожая есть у многих народов, только белорусы смогли сохранить и объединить в нем сакральный смысл дохристианских верований, христианские традиции и современный стиль массовых событийных мероприятий на открытом воздухе.

В старину Дожинки праздновались исключительно на локальном уровне и начинались с обрядовых действий, которые проводились на специально несжатом участке поля под руководством опытной и самой почитаемой в деревне жнеи. В результате они формировали последний сноп, который относили в дом хозяина этого поля, ставили его под

образами (у иконы) рядом с зажиночным снопом, а хозяева дома становились хранителями этих снопов до следующего урожая.

На современном этапе Дожинки проводятся не только в сельских населенных пунктах, но и в городах.

Оригинальной формой интерпретации этого мероприятия стало проведение региональных и республиканского праздника Дожынки с ежегодной сменой локации. Так, с 1996 по 2014 годы праздник урожая проводился в республиканском формате, а с 2015 г. в региональном, то есть в одном из населенных пунктов каждой области. Положительным экономическим эффектом такого подхода является то, что каждый год тот населенный пункт, который становится центром этого праздника на уровне страны или области, получает целевые инвестиции на благоустройство. Таким образом, вместо «распыления» финансовых ресурсов на благоустройство сразу всех населенных пунктов, последовательно осуществляются качественные работы по реконструкции транспортной и социальной инфраструктуры за счет концентрации средств.

В настоящее время Дожинки как правило демонстрируют включение новых элементов в сценарий праздника, которые характерны для сельскохозяйственных ярмарок: торговые ряды с сельскохозяйственной продукцией, изделиями ремесленников, концерты и др. При этом ключевыми составляющими праздника являются подведение итогов сбора урожая зерновых и чествование лучших хлеборобов.

Кроме праздника хлеборобов в сельском событийном туризме можно выделить еще несколько тематических видов мероприятий, связанных с традиционными сферами профессиональной деятельности сельских жителей.

Прежде всего, необходимо отметить конкурсы ручной косьбы, которые не только выявляют лучших среди косарей, но также способствуют возрождению этого древнего мастерства и популяризации экологических моделей ведения домашнего хозяйства. В Беларуси традиционно проводятся конкурсы ручной косьбы «Звініць каса – жыве вёска» в агрогородке Гончары Лидского района Гродненской области, а также «Споровские сенокосы» в деревне Высокое Березовского района Брестской области. Причем мероприятие в деревне Высокое позиционируется как агроэкофестиваль, цель которого – «привлечь внимание общественности к важным экологическим проблемам сохранности белорусских болот и торфяников» [7]. При этом центральным событием мероприятия неизменно является чемпионат по ручному сенокосению. В 2021 г. в нем приняли участие 20 команд, в том числе женская. В программе этого экологического форума также

оригинальный вид спортивных состязаний – футбол на болоте. Гости также могут быть активными: для них предлагаются полет на дельтаплане, игра в городки и различные мини-состязания [7].

Еще одним интересным состязанием ремесленников является конкурс мастеров кузнечного дела «Крашынскі перазвон», который проходит в агрогородке Крошин Барановичского района Брестской области. Центральным событием мероприятия является конечно конкурс кузнецов, в котором в 2021 г. принимали участие мастера из Барановичского района, Барановичей, Столбцов, Минска и Гродно. Кроме этого, в программу праздника входили мастер-классы по традиционным видам ремесел, показательные выступления клуба исторической реконструкции, ярмарка-продажа изделий мастеров-ремесленников, юмористическая фольклорная программа и др. [8].

Инновационный формат событийного мероприятия ремесленников выбрали в Брестской области. Это Международные пленэры гончаров в деревне Городная Столинского района. Мероприятие проводится с 2008 г. и в нем в разные годы участвовали мастера гончарного дела из более десяти стран мира. Считается, что гончарное ремесло в этой деревне известно с XV века. Главная задача организаторов – привлечь внимание к этому исчезающему промыслу. Технология местного производства изделий из глины до сих пор сохраняет свою аутентичность и основана на местных источниках глины.

На пленэр приглашаются как всемирно известные гончары, работающие в традиционных техниках, так и керамисты-новаторы. Основное содержание мероприятия – это практическая работа: за гончарным кругом, традиционный обжиг посуды в местном городнянском горне на дровах, состязания на самую совершенную форму горшков, збанов и их местной разновидности «банёк».

В 2010 г. традиционному городнянскому гончарному промыслу присвоен статус нематериальной историко-культурной ценности Беларуси, а местный Центр гончарства – в списке объектов нематериального культурного наследия Брестской области [9].

Таким образом, формат событийных мероприятий, связанных с профессиональной деятельностью сельских жителей является смешанным, он сочетает в себе как воспроизводство аутентичных технологий ручной косьбы, кузнечного дела и гончарства, так и современных технологий продвижения турпродукта в событийном туризме.

Отдельную группу представляют собой мероприятия формата Open air культурно-исторической тематики. Речь идет прежде всего о военно-исторических фестивалях. Особенностью таких ивент-проектов является

то, что они совмещают в себе развлекательные, образовательные и воспитательные функции. В увлекательной форме мероприятия такой направленности вдохновляют посетителей на изучение истории своей страны и родного края, воспитывают чувство патриотизма [10]. При этом мероприятия по реконструкции военно-исторических событий практически всегда направлены на создание точной копии того или иного события, хотя называть их аутентичными не совсем корректно.

Особенность такого типа мероприятий на открытом воздухе еще и в том, что как правило они воспроизводят крупные сражения, что обуславливает большое количество участников, даже если зрителей немного. В то же время ближайший к месту исторической битвы сельский населенный пункт обладает очень ограниченными возможностями инфраструктуры. Отсюда особенности организации транспортных услуг, а также мест временного размещения участников военно-исторических клубов, временных санитарных объектов и точек питания.

Вопросы предоставления услуг транспорта, питания, обеспечения санитарно-гигиенических условий и т.п. на более высоком уровне решаются на базе историко-культурных комплексов. Здесь также есть условия для планирования и реализации мероприятий в течение всего года. Например, календарь мероприятий историко-культурного комплекса «Линия Сталина» недалеко от агрогородка Лошаны Минского района в 2021 г. включает 14 позиций с февраля по декабрь, большинство из которых – военно-исторические реконструкции на тему Великой отечественной войны и различным родам войск [11].

Таким образом, аутентичный и смешанный типы проведения мероприятий характерны главным образом для ивентов культурно-обрядовой и культурно-исторической тематики.

Одной из актуальных и инновационных моделей агротуризма является «воссоздание социокультурной среды исторического поселения», в качестве которого чаще всего выступают дворянские или купеческие усадьбы [12, с. 64]. Такие мероприятия возрождают традиции культурного и семейного сельского отдыха.

Наиболее известные фестивали в российских старинных усадьбах: международный театральный фестиваль «Толстой Weekend» в мезее-усадьбе Л.Н. Толстого «Ясная Поляна» Щекинского района Тульской области, литературно-песенный праздник «Песни Бежина луга» в селе Тургенево Чернского района Тульской области, ежегодный летний спектакль «Театр на лужайке» и фестиваль классической музыки «Музыкальное лето в Поленово» в усадьбе художника В. Д. Поленова Заокского района Тульской области.

Так, например, в историко-культурном и природном музее-заповеднике И. С. Тургенева при проведении ежегодного литературно-песенного праздника «Песни Бежина луга» организаторы используют разнообразные элементы современных фестивалей, включая ярмарки ремесленников, различные мастер-классы, выставки, конкурсы и другие игровые программы. Традиционной кульминацией мероприятия является спектакль под открытым небом на берегу реки Снежедь по одному из произведений Ивана Тургенева. При этом музей практикует и другие инновационные формы мероприятий формата Open air. Примером могут служить: вечер романсов «Музыка в русской усадьбе», интерактивное занятие «Лекарственные травы Бежина луга», легкоатлетический пробег (10 км) «Охотничьи тропы Тургенева» [13].

Оригинальные инновационные элементы используют организаторы популярного в Республике Коми Российской Федерации экологического арт-фестиваль «Сено», который проходит с 2015 года на берегу реки Сойва в деревне Гришестав Троице-Печерского района. В рамках фестиваля можно стать участником или зрителем различных конкурсов, представлений и других активностей: конкурс косарей «Деревенское троеборье», мастер-классы пейзажной живописи, конкурс резчиков по дереву «Виртуозы пилы», кулинарный конкурс «Агафьин каравай», конкурс уличного вязания ярнбомбинг, пленэры художников, экскурсионные походы на ближайшие скалы Тиманского кряжа, посещение русской бани, презентационные площадки по представлению турпродуктов от различных турфирм и др. Кульминацией праздника неизменно является конкурс арт-объектов из сена и дерева [14].

Довольно распространенными стали сельские гастрономические фестивали. Наиболее известным и самым крупным среди них в Беларуси является фестиваль «Мотальския прысмаки», который ежегодно проходит в деревне Моталь Ивановского района Брестской области. На этом мероприятии гостям предлагают попробовать и купить разнообразные блюда местной кухни, традиции приготовления которых передают от поколения к поколению в каждой семье. В 2021 г. фестиваль проводился в 11-й раз и собрал около 10 тыс. туристов [15].

Кроме гастрономических фестивалей, где в основе турпродукта – целый комплекс национальных и местных блюд, проводятся и своего рода фестивали одного блюда. Например, фестиваль «Днепровская уха» в городском поселке Лоев Гомельской области. Место проведения событийного мероприятия – пляж на берегу Днепра. Этот пляж является излюбленным местом отдыха не только местных жителей, но и гостей лоевщины: красота окружающей природы и вида на набережную завораживает. Команды-участницы соревнуются не только в

приготовлении главного блюда фестиваля – ухи, но также в оригинальности его представления, костюмов поваров, речевках, оформлении праздничных столов. Соревнования проводятся в нескольких номинациях, названия и количество которых год от года меняются: Царская уха, Самый оригинальный рецепт, Клевый УхаЖор, СуперУхаВарист, Оригинальное представление блюда, Кірмаш смаку и др. Участники и гости могут не только попробовать уху и другие рыбные блюда, но также принять участие в танцевальной программе, исполнении песен и частушек [16, 17].

Фестивали народного юмора являются редким, но очень впечатляющим тематическим видом событийных мероприятий в сельском туризме.

В Беларуси фестивальное юмористическое движение зародилось в двух деревнях Калинковичского района Гомельской области – Большие и Малые Автюки. Здесь проходит известный и за пределами республики фестиваль народного юмора «Аўцюкі». Впервые он прошел в 1995 г. и уже тогда принял 15 тыс. гостей [18].

Идея проведения первого фестиваля народного юмора в Автюках возникла после издания в 1995 г. книги известного уроженца гомельщины писателя Владимира Липского «Аўцюкоўцы», который побывал в этих местах и записал автюковские смешные и грустные истории, небылицы, анекдоты и шутки.

Входным билетом на фестиваль может быть шутка, анекдот или частушка. В основной программе мероприятия в 2021 г. были конкурсы на звание победителей в номинациях «Тэатр мініяцюр», «Пародыя на папулярных і вядомых людзей «Кропка ў кропку», «Інструментальны конкурс «Я дрынчу на чым хачу», «Прыпеўка», «Анекдот. Байка» [19].

Еще один фестиваль народного юмора – «Спораўскія жарты» – проходит в агрогородке Спорово Березовского района Брестской области. Фестиваль проводится один раз в три года с 1996 г. Содержание программы фестиваля каждый раз меняется и всегда удивляет гостей: конкурс на лучшую собачью будку, выставка самогонных аппаратов, призовой фонд в пять кубометров дров и др. [20]. Отличаются местным колоритом и блюда, которые предлагают гостям во время мероприятия: чаще всего это рыбные блюда по оригинальным рецептам. Местные жители сохранили традиционную культуру питания белорусов с большим разнообразием рыбных блюд.

Известен также сельский фестиваль юмора в деревне Киндасово Республики Карелия (Россия). История идеи этого праздника сельского юмора немного напоминает идею организации фестиваля в Автюках. Инициатором и организатором первого праздника юмора в Киндасово

была известная в Карелии собирательница фольклора Виола Вальми. В основу сценария первого фестиваля юмора в Киндасово, который прошел в 1986 г. легли смешные истории и небылицы о назадачливых мужиках этой деревни. В настоящее время это фестиваль юмора международного уровня с периодичностью один раз в три года и посещаемостью в разные годы от 3 до 10 тыс. человек [21].

Таким образом, мероприятия формата Open air в сельском событийном туризме имеют свои отличительные особенности. Прежде всего, организация событий встраивается в существующий в конкретной местности природный и культурно-исторический ландшафт (озеро, река, гора на окраине села, религиозные традиции, культура питания, местные ремесла и др.). При этом не обязательно стремиться к мегапроектам, так как они могут разрушить этот ландшафт. Событийные мероприятия могут быть разного масштаба, иногда сочетая в себе, на первый взгляд, «несочетаемое»: например, локальное по масштабам с точки зрения количества участников, но международное по составу гостей мероприятие. Даже небольшие по составу участников и гостей ивент-проекты могут иметь в перспективе большое значение с точки зрения брендинга территорий. Социальная значимость мероприятий может доминировать по отношению к экономическому значению, учитывая небольшую емкость рынка досуга и развлечений в сельской местности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Бирюкова Л. А., Корженко О. А., Самсонова Н. Е., Соколова А.А. Методика проведения традиционных праздников и народных игр в учреждениях системы образования : Учебное пособие / сост. Бирюкова Л. А., Корженко О. А., Самсонова Н. Е., Соколова А. А. – СПб. : ДТДиМ Колпинского района Санкт-Петербурга, 2018. – 157 с.
2. Грачева И. Широкая масленица // Наука и жизнь. 1998. № 2. С. 134-139.
3. Рябков В. М. Масленица в историографии социально-культурной деятельности // Этническая культура. 2020. № 2. С. 42-51. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43036847> (дата обращения: 15.11.2021).
4. Бутько М. Уникальный обрядовый праздник зыывания весны провели в Тонеже // Официальный сайт газеты «Светлае жыццё». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.llechitsy.by/2021/03/unikalnyj-obryadovyj-prazdnik-zazyvaniya-vesny-proveli-v-tonezhe/> (дата обращения: 16.11.2021).
5. Праздник Купалье «Александрия собирает друзей» // Официальный сайт Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belarus.by/ru/travel/ethno-tourism/alexandria-gathers-friends> (дата обращения: 16.11.2021).
6. В этом году гостями праздника в Александрии стали более 66 тыс. человек // Официальный портал Могилевского областного исполнительного комитета. [Электронный ресурс]. URL: <https://mogilev-region.gov.by/news/v-etom-godu-gostyami-prazdnika-v-aleksandrii-stali-bolee-66-tys-chelovek> (дата обращения: 16.11.2021).

7. С дельтапланом и футболом на болоте. Как прошли «Споровские сенокосы» 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://brestcity.com/blog/kak-proshli-sporovskie-senokosu-2021>. (дата обращения: 16.11.2021).

8. Региональный праздник кузнечества «Крашынскі перазвон» в Барановичском районе // «Наш край». Барановичская объединенная газета. [Электронный ресурс]. URL: <https://nashkraj.by/news/obshchestvo/v-baranovichskom-rayone-prokhodit-regionalnyu-prazdnik-kuznechestva-krashynski-perazvon/> (дата обращения: 16.11.2021).

9. Пленэр гончаров соберет в Столинском районе мастеров из шести стран. [Электронный ресурс]. URL: <https://greenbelarus.info/articles/19-07-2016/plener-goncharov-soberyot-v-stolinskom-rayone-masterov-iz-shesti-stran> (дата обращения: 16.11.2021).

10. Логвина Е. В. Историческая реконструкция событий – одна из форм событийного туризма // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2020. Том 6. Вып. 2. С. 206-217. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskaya-rekonstruktsiya-sobytiy-odna-iz-form-sobytiynogo-turizma/viewer> (дата обращения: 16.11.2021).

11. Официальный сайт историко-культурного-комплекса «Линия Сталина». [Электронный ресурс]. URL: <https://stalin-line.by/plan-meropriyatij> (дата обращения: 17.11.2021).

12. Пономарева В. М., Чернобровкина А. О. Событийный агротуризм Тульской области [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-agroturizm-tulskoy-oblasti> (дата обращения: 17.11.2021).

13. Историко-культурный и природный музей-заповедник И. С. Тургенева «Бежин луг». [Электронный ресурс]. URL: <https://museum-tula.ru/muzei/muzej-bejin-lug/> (дата обращения: 18.11.2021).

14. Экологический арт-фестиваль «Сено». [Электронный ресурс]. URL: http://cultmap.nbrkomi.ru/ru/page/Folklor.fest.Art-festival_Seno/ (дата обращения: 18.11.2021).

15. Вкусный фестиваль «Мотальскія прысмакі» проходит в Мотоле. [Электронный ресурс]. URL: <https://zarya.by/news/glavnye-novosti/vkusnyj-festival-motalskija-prysmaki-prohodit-v-motole-foto/> (дата обращения: 18.11.2021).

16. В Лоеве прошел фестиваль «Днепровская уха». [Электронный ресурс]. URL: <https://progomel.by/society/culture/2019/10/833491.html>. (дата обращения: 18.11.2021)

17. Итоги районного фестиваля «Днепровская уха». [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/wall594216308_655 (дата обращения: 18.11.2021).

18. Соловей о фестивале народного юмора в Автюках: умение шутить делает жизнь проще и лучше // Белорусское телеграфное агентство (БелТА). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belta.by/regions/view/solovej-o-festivale-narodnogo-jumora-v-malyh-avtjukah-umenie-shutit-delaet-zhizn-prosche-i-luchshe-453114-2021/> (дата обращения: 19.11.2021).

19. Репортаж о фестивальной жизни из столицы юмора в Калинковичском районе // Белорусское телеграфное агентство (БелТА). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belta.by/regions/view/reportazh-o-festivalnoj-zhizni-iz-stolitsy-jumora-v-kalinkovichskom-rajone-453160-2021/> (дата обращения: 19.11.2021).

20. Козловіч В. В Спорово в седьмой раз прошел фестиваль «Спораўскія жарты» // С.Б. Беларусь сегодня. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sb.by/articles/na-senachynaetstva-na-tse-kanchaetstva-rybay-pitaetstva.html> (дата обращения: 20.11.2021).

21.Сянтти А. В карельской деревне Киндасово в 34 раз прошел Международный фестиваль юмора [Электронный ресурс]. URL: <https://www.karelia.news/news/2425275/v-karelskoj-derevne-kindasovo-v-34-raz-prosel-mezdunarodnyj-festival-umora> (дата обращения: 20.11.2021).

БЕЛАРУСЬ – ЮНВТО: ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА В ОБЛАСТИ АГРОЭКОТУРИЗМА

Гаффаров Е.В.

*Министерство спорта и туризма Республики Беларусь,
ул. Кирова, 8/2, 220030, г. Минск, Республика Беларусь, egor.gaffarov@gmail.com*

Рассмотрено текущее состояние развития отношений между Республикой Беларусь и Всемирной туристской организацией. Выделены основные направления сотрудничества. Сформулированы рекомендации по дальнейшей активизации сотрудничества в области агроэкотуризма.

Ключевые слова: сельский туризм; ЮНВТО; въездной туризм, туристический потенциал; субъекты агроэкотуризма.

BELARUS – UNWTO: PROSPECTS FOR COOPERATION IN THE FIELD OF RURAL TOURISM

Hafarau Y. V.

*Ministry of Sports and Tourism of the Republic of Belarus,
Kirova Str., 8/2, 220030, Minsk, Republic of Belarus, egor.gaffarov@gmail.com*

The current state of development of relations between the Republic of Belarus and the World Tourism Organization is considered. The main directions of cooperation are highlighted. Recommendations for further enhancing cooperation in the field of rural tourism have been formulated.

Keywords: rural tourism; UNWTO; inbound tourism; tourism potential; subjects of rural tourism.

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) – специализированное учреждение Организации Объединенных Наций со штаб-квартирой в городе Мадриде (Испания), ведущая международная организация в сфере туризма, основной целью которой является развитие и продвижение устойчивого, ответственного и доступного туризма [1].

ЮНВТО оказывает государствам-членам помощь по широкому кругу вопросов, включая продвижение туристического потенциала,

анализирует тенденции развития туризма в странах и регионах, оказывает необходимую практическую помощь.

На 1 декабря 2021 года членами организации являются 158 государств, 6 ассоциированных территорий, две территории в статусе наблюдателя и около 500 аффилированных организаций [1].

Республика Беларусь вступила в ЮНВТО в 2005 году [2]. В апреле 2007 года в ходе визита Генерального секретаря ЮНВТО Франческо Франжиалли в Минск получены рекомендации активизировать работу по созданию нового бренда страны, сфокусировавшись на развитии сельского туризма и устойчивости [2].

В апреле 2015 года Генеральный секретарь ЮНВТО Талеб Рифаи посетил Республику Беларусь с визитом и в рамках международной конференции «Устойчивый туризм для экономического развития регионов» обосновал важность развития сельского туризма для социально-экономического развития регионов Беларуси [2].

6 – 7 июля 2017 г. в городе Минске при поддержке ЮНВТО проведена Международная конференция по брендингу дестинаций «Инновационные идеи для привлечения туристов» с участием Генерального секретаря ЮНВТО Талеба Рифаи, в работе которой приняли участие более 300 делегатов, 23 спикера в области маркетинга, разработки бренда и менеджмента в туризме из 15 стран мира [3]. На мероприятии широко обсуждались вопросы брендинга сельских дестинаций.

В последнее время, с учетом последствий пандемии COVID-19, ЮНВТО уделяет особое внимание теме развития сельского туризма.

2020 год был объявлен организацией Годом туризма и развития сельских территорий [1]. Во Всемирный день туризма, 27 сентября 2020 г., ЮНВТО выпустила Рекомендации по вопросам туризма и развития сельских территорий, представляющие собой список из 37 пунктов по развитию сельского туризма и грамотному выстраиванию туристической политики государств в сельской местности [4].

Согласно рекомендациям, цель данной политики заключается в справедливом распределении финансов между регионами, повышении трудовой занятости и привлекательности жизни в сельской местности, улучшении демографической ситуации в мире, а также в сохранении материального и нематериального наследия сельских населенных пунктов [4].

Был также запланирован ряд мероприятий, направленных на продвижение и поощрение развития сельского туризма. В частности, в Испании был объявлен первый конкурс инноваций в сфере сельского

туризма, направленных на решение проблем сельских территорий, включая вопрос занятости в данной области.

В 2020 году в Республике Беларусь должен был состояться «Международный форум по туризму и развитию сельских регионов, обеспечению лучшей жизни для местного населения», на который был приглашен генеральный секретарь ЮНВТО Зураб Пололикашвили. Однако, в связи с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией мероприятие было перенесено на неопределенный срок.

В 2021 году ЮНВТО продолжила развитие сельского туризма. Были проведены следующие мероприятия:

– Международный конкурс стартапов в области сельского туризма [5];

– пилотный проект «Best Tourism Villages by UNWTO» («Лучшая туристическая деревня ЮНВТО») [6]. Интерес к данному проекту для Беларуси заключается в том, что основной его акцент делается на сохранении аутентичности культуры, традиций и кухни сельских местностей, что предоставляет возможность познакомить зарубежную аудиторию с особенностями белорусской деревни. В качестве приза победителям организаторы присуждают звание «Лучшая туристическая деревня ЮНВТО» с правом его использования в течение 3 лет и возможностью продления [6];

– UNWTO Students' League (Студенческая Лига ЮНВТО) – ежегодная олимпиада для студентов высших учебных заведений и учащихся 9-11 классов учреждений образования с акцентом на решение реально существующих кейсов по развитию сельского туризма [7].

В 2020 и 2021 годах Республика Беларусь приняла участие во всех упомянутых мероприятиях в области сельского туризма. Наивысший результат достигнут в Студенческой Лиге ЮНВТО в 2020 году – команда Белорусского государственного университета заняла 6 место в мировом зачете и 4 место – в зачете Восточного полушария [7].

С учетом изложенного для продвижения въездного туризма в Республику Беларусь с акцентом на развитие сельского туризма целесообразным является:

1. Участие в проектах и конкурсах, проводимых ЮНВТО, по тематике развития сельского туризма.

2. Использование Рекомендаций ЮНВТО по вопросам туризма и развития сельских территорий при формировании туристической политики Республики Беларусь.

3. Участие в выставочных мероприятиях, проводимых Всемирной туристской организацией либо при ее поддержке (FITUR, IBTM и др.).

4. Проведение совместных тематических мероприятий (форумы, конференции, проекты) с ЮНВТО, направленных на привлечение зарубежных туристов в Республику Беларусь.

5. Участие белорусских специалистов в образовательных программах ЮНВТО (UNWTO Academy и др.).

Еще одним механизмом, направленным на дополнительное продвижение туристического потенциала Беларуси, в том числе потенциала сельского туризма, может стать направление заявки Республикой Беларусь на включение в состав Исполнительного Совета ЮНВТО на 2023-2027 гг. с последующей возможностью проведения одной из сессий Исполнительного Совета в обозначенный период в Республике Беларусь.

Также могут быть направлены заявки на проведение на территории Республики Беларусь заседания Генеральной ассамблеи ЮНВТО (проходит раз в два года) либо Региональной комиссии ЮНВТО по Европе (проводится ежегодно).

Таким образом, с момента вступления Республики Беларусь во Всемирную туристскую организацию, ЮНВТО неоднократно подчеркивала важность развития сельского туризма в стране, оказывала содействие инициативам по продвижению туристического потенциала сельских территорий. С учетом того, что сельский туризм стал одним из наиболее востребованных видов туризма в условиях пандемии, необходимо продолжить работу по его продвижению на внешних рынках, с максимальным использованием существующих механизмов ЮНВТО.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. World Tourism Organization. [Electronic resource]. URL:<https://www.unwto.org>. (date of access: 02.12.2021).

2. Министерство спорта и туризма Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://mst.by/ru> (дата обращения: 02.12.2021).

3. Национальное агентство по туризму [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belarustourism.by> (дата обращения: 02.12.2021).

4. UNWTO Recommendations on Tourism and Rural Development – A Guide to Making Tourism an Effective Tool for Rural Development [Electronic resource]. URL:<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422173> (date of access: 02.12.2021).

5. UNWTO Tourism Startup Competition [Electronic resource]. URL: <https://www.unwto.org/unwto-startup-competition> (date of access: 02.12.2021).

6. Best Tourism Villages by UNWTO [Electronic resource]. URL: <https://www.unwto.org/tourism-villages/en/> (date of access: 02.12.2021).

7. UNWTO Students' League [Electronic resource]. URL: <https://www.unwto.org/students-league> (date of access: 02.12.2021).

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Давыденко Л. Н.

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, davidenko@tut.by*

Рассмотрены методологические подходы исследования современного сельского туризма, обобщены теоретические и методические основы его организационно-экономического механизма. Выделены отличительные особенности инновационных стратегий развития сельского туризма в регионе. Дан обзор теоретико-методологических, методических и практических аспектов развития сельского туризма в трудах российских и белорусских исследователей. Сформулированы принципиальные теоретические, методологические и практические выводы развития моделей сельского туризма.

Ключевые слова: сельский туризм; методика оценки потенциала агроэко туризма; модели сельских туристских объектов; институциональная среда сельского туризма; туристские центры.

METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE STUDY DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM

Davydenko L. N.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, Minsk, Republic of Belarus, 220030, davidenko@tut.by*

Methodological approaches to the development of modern rural tourism are considered, its theoretical and methodological foundations of the organizational and economic mechanism are summarized. Distinctive features of innovative strategies for the development of rural tourism in the region are highlighted. The review of theoretical and methodological, methodological and practical aspects of rural tourism development in the works of Russian and Belarusian researchers is given. The fundamental theoretical, methodological and practical conclusions of the development of rural tourism models are formulated.

Keywords: rural tourism; methods of assessing the potential of agroecotourism; models of rural tourist facilities; institutional environment of rural tourism; tourist centers.

Современный сельский туризм представляет собой одну из наиболее важных составляющих туризма. Для Республики Беларусь данное туристическое направление является наиболее приоритетным. Особую значимость приобретают вопросы развития экологического туризма в связи с актуализацией и значительным повышением внимания к

проблемам эффективности и рационального использования природного капитала, а также перехода к принципам «зеленой» экономики [1, с. 299-324].

Решение проблем развития сельского туризма требует системного подхода к обозначенной тематике и адаптации к национальной практике передового инновационного зарубежного опыта управления. Среди исследователей вопросов развития сельского туризма следует отметить труды российских учёных: В.В. Абряндиной, А.А. Батановой, А.Н. Бородина, А.Б. Здорова, А.В. Трухачёва и др. Многоаспектным проблемам развития сельского туризма посвящены и исследовательские работы белорусских учёных: Н.Ф. Авдевича, С.А. Лученка, К.Н. Соболя, Л.М. Гайдукевича, Н.И. Кабушкина, В.А. Клицуновой, А.В. Сивагракова, А.И. Тарасёнка и др. [2, с.4].

Например, в рамках диссертационного исследования соискателем Соболю К.Н. проведены комплексное изучение теоретико-методологических и практических аспектов совершенствования организационно-экономического механизма развития сельского туризма, в т.ч. на региональном уровне. С учетом теоретических исследований сформулировано понятие сельского туризма с позиций потребителя и производителя услуг исходя из географического, ресурсного, продуктового и целевого подходов. Выделены следующие уровни эффектов от развития сельского туризма в экономическом, социальном и экологическом планах: государство, сельский регион, субъект сельского туризма, сельский житель, сельский турист. Уточнено содержание организационно-экономического механизма развития сельского туризма за счет выделения институционального блока механизма – системы формальных и неформальных институтов, формирующих базовые условия функционирования сельского туризма и способствующих эффективной реализации поставленных перед механизмом целей. Разработана система показателей развития сельского туризма, включающая набор показателей для трех уровней оценки: макро-, мезо и микроуровней. Обоснован методический подход к разработке региональной стратегии развития сельского туризма, новизна которого состоит в определении содержания развития сельского туризма в зависимости от уровня его региональной инвестиционной привлекательности, перспективных форм кооперационных отношений, системы индикаторов, подтверждающих устойчивость процесса развития сельского туризма в регионе.

Представленные в диссертации материалы позволили Соболю К.Н. сформулировать теоретические положения для разработки методического обеспечения развития сельского туризма в Беларуси. Для

реализации стратегического подхода к региональному управлению развитием сельского туризма соискателем разработана методика оценки потенциала развития сельского туризма, которая в отличие от применяемых позволяет посредством системы показателей учесть специфические условия развития сельского туризма и региональные особенности, обосновать методический подход к зонированию территорий по уровню их инвестиционной привлекательности для развития сельского туризма.

Для обоснования инвестиционных, управленческих решений по развитию туристской сферы разработана методика технико-экономического обоснования проектов создания модельных сельских туристских объектов, которая состоит из 7 этапов и позволяет осуществить обоснование потребности в инвестициях на создание новых и развитие действующих объектов сельского туризма с учетом их локализации, оценить влияние инвестиционных рисков, а также на основе использования бизнес-метрик обеспечить принятие профильными субъектами эффективных решений.

В целях совершенствования организационно-экономического механизма развития сельского туризма соискателем сформулированы научно-практические рекомендации, предусматривающие развитие институциональной среды сельского туризма в Беларуси, трансформацию концептуальной структуры системы поддержки профильных субъектов и обоснование предложений по ее совершенствованию. Их новизна заключается в организационно-экономическом обеспечении развития сельского туризма на основе интеграции правовых, контрольных, организационных, финансовых и инфраструктурных мер регионального и национального уровней, саморегулирования.

Научная значимость результатов диссертаций белорусских исследователей состоит в формулировании новых и дополнении существующих теоретических положений и методического обеспечения развития сельского туризма в регионе, в использовании полученных результатов в образовательном процессе вузов.

Практическая значимость полученных результатов заключается в возможности их использования в практической деятельности органов государственного управления для принятия обоснованных управленческих решений при реализации государственной региональной, аграрной политики, политики в сфере туризма и гостеприимства, а также хозяйствующих субъектов с целью повышения их эффективности и обеспечения конкурентоспособности на рынке услуг сельского туризма.

Экономическая значимость полученных результатов исследований выражается в том, что применение разработанных методик и

рекомендаций позволит повысить эффективность мер целевой государственной поддержки, повысить вклад сельского туризма в социально-экономическое развитие как отдельных регионов, так и страны в целом.

Социальная значимость исследований состоит в обосновании важности и приоритетности развития сельского туризма – как стратегически важного вида деятельности в контексте обеспечения устойчивого развития сельских территорий, реализации богатого туристского потенциала Республики Беларусь.

Полученные в диссертации результаты исследования могут быть использованы местными и республиканскими органами государственного управления при разработке нормативных правовых актов, регулирующих развитие сферы сельского туризма, тематических государственных программ, в практической деятельности субъектов туристско-рекреационной и аграрной сферы, образовательном процессе вузов [3, с. 16-20].

Признавая научную новизну и практическую значимость полученных результатов, проведенных белорусскими соискателями исследований, необходимо указать на типичные недостатки и упущения в диссертационных работах:

1) При оценке регионального потенциала сельского туризма в разрезе его составляющих используется ограниченный набор показателей, что в определенной степени может дать недостаточно полную оценку величины потенциала;

2) Отдельные элементы организационно-экономического механизма развития сельского туризма (менеджмент качества, материально-техническое обеспечение, неформальные институты), впоследствии не раскрываются в полной мере;

3) Раскрывая потребности в финансовых ресурсах для реализации предлагаемых мер поддержки сельского туризма соискателям следует указывать объем финансирования по годам, а также показать эффект от совершенствования мер поддержки в разрезе по годам с определением величины его отклонения.

Выполненные исследования по проблеме развития сельского туризма в Республике Беларусь позволяют сформулировать принципиальные теоретические, методологические и практические выводы и рекомендации:

1) Сельский туризм выступает как вид туристской деятельности, приобщения туристов к сельскому образу жизни, природно- и культурно-историческому наследию;

2) В основе теоретической модели сельского туризма предлагается осуществлять междисциплинарный подход, включающий комплекс теорий и концепций устойчивого развития природы и общества, «зелёной» экономики и «зелёного» роста;

3) Теоретические модели сельского туризма основаны на методологии их формирования как совокупности видов деятельности (подсистем), непосредственно связанных с использованием природно-рекреационного, культурно-исторического и аграрного потенциала, а также продовольственного обеспечения органическими продуктами [4, с. 9-10];

4) Для дальнейшего развития структуры потребления и производства всё более важную роль в удовлетворении потребностей туристов играют экопродукты. При условии дальнейшей поддержки сертификации органических продуктов фермерских хозяйств, органическое производство может получить новый вектор развития;

5) Организационно-экономический механизм развития сельского туризма определяется как совокупность взаимосвязанных форм и инструментов организационного и экономического воздействия, а также институтов (формальных и неформальных), обеспечивающих базовые условия и ограничения жизнедеятельности в сельской местности;

6) Выделяют следующие основные бизнес-модели развития сельского туризма: ландшафтный или экотуризм, агротуризм и туризм сельскохозяйственных знаний, этнический и событийный туризм, туризм сельского уклада жизни (исторического наследия), сельский туризм досуга и развлечений, лечебно-оздоровительный туризм;

7) Разработанные стратегии развития сельского туризма обосновываются методиками оценки его потенциала с учётом специфики бизнес-моделей и уровня инвестиционной привлекательности сельских территорий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Давыденко, Л.Н. Синергия экономических знаний: научная школа профессора Л.Н. Давыденко/Л.Н. Давыденко, - Минск: ИВЦ Минфина, 2021. С. 299-324.

2. Соболев, К.Н. Организационно-экономический механизм развития сельского туризма в регионе: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05/К.Н. Соболев, - Минск, 2021. С. 1-2.

3. Гайдукевич, Л.М. Агрэкодвижение и вузовская наука: перспектива сотрудничества/Л.М. Гайдукевич//Агрэкотуризм-2030: новые поколения – новые тренды: материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 11 дек. 2020г./ Белорус. гос. ун-т.; редкол.: Л.Н. Гайдукевич (гл.ред.), В.А. Клицунова, А.Н. Решетникова. – Минск: БГУ, 2020. С. 16-20.

4. Тарасёнок, А.И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной туристической дестинации: методология и

практика реализации: автореф. дис. ...докт. экон. наук: 08.00.05/А.И. Тарасёнок, - Минск, 2018. С. 9-10.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ КАДАСТРА ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ РЕГИОНА В КОНТЕКСТЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА

Демьянов С. А.

*Полесский государственный университет,
ул. Днепровской флотилии, 23, 225710, г. Пинск, Республика Беларусь,
damienne@mail.ru*

Рассмотрены теоретико-методологические аспекты инклюзивного подхода к организации регионального туризма, проанализированы перспективы создания кадастров туристических ресурсов с учетом безбарьерной инфраструктуры, предложен алгоритм создания информационно-аналитического кадастра туристических ресурсов Припятского Полесья с учетом инклюзивного подхода.

Ключевые слова: безбарьерная инфраструктура; инвалидность; инклюзивный туризм; кадастр туристических ресурсов; туристско-рекреационный потенциал.

METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE CADASTRE OF TOURIST RESOURCES OF THE REGION IN THE CONTEXT OF INCLUSIVE TOURISM

Demyanov S. A.

*Polessky State University,
Dnipro Flotilla str., 23, 225710, Pinsk, Republic of Belarus, damienne@mail.ru*

Methodological approaches to the development of modern rural tourism are considered, its theoretical and methodological foundations of the organizational and economic mechanism are summarized. Distinctive features of innovative strategies for the development of rural tourism in the region are highlighted. The review of theoretical and methodological, methodological and practical aspects of rural tourism development in the works of Russian and Belarusian researchers is given. The fundamental theoretical, methodological and practical conclusions of the development of rural tourism models are formulated.

Keywords: rural tourism; methods of assessing the potential of agroecotourism; models of rural tourist facilities; institutional environment of rural tourism; tourist centers.

Одной из основных тенденций развития современного мирового туризма в последние десятилетия стала целенаправленная работа по

развитию инклюзивного туризма. Идея создания среды, благоприятной для путешествий всех категорий туристов, вне зависимости от их физических и психоэмоциональных особенностей, появилась еще в XX в. ЮНВТО своими решениями планомерно осуществляет обеспечение доступности для людей с ограниченными возможностями туристской инфраструктуры и туристических ресурсов.

На сегодняшний день около 10-15% людей во всем мире имеют инвалидность [1]. В странах Европы порядка 2/3 от общего числа людей с ограниченными возможностями совершают путешествия благодаря достигнутой всеобщей доступности объектов туристического посещения и развитию адаптированных средств транспортировки, размещения, питания, а также разработанных инклюзивных подходов к презентации туристических ресурсов.

Сложность решения поставленных задач заключается в том, чтобы учитывать различия в потребностях людей с инвалидностью. Трансформация уже разработанного туристического продукта требует понимания особенностей людей с нарушениями двигательной функции, сенсорными и психическими нарушениями.

Однако, участие в путешествиях людей с ограниченными возможностями позволяет получить следующие результаты:

1. Оздоровительный эффект (участие людей с ограниченными возможностями в любом путешествии при условии безопасного и комфортного обеспечения приведет к улучшению их физического и психоэмоционального состояния);

2. Социализация инвалидов. Инвалидность приводит к значительному сужению круга общения, частичной, а иногда почти полной социальной изоляции. Путешествие вместе с другими туристами, в том числе не имеющими инвалидности, позволяют людям с ограниченными возможностями перестать чувствовать дискриминационность своего положения, на равных взаимодействовать с другими участниками тура и представителями сферы туризма и гостеприимства.

3. Развитие жизненного потенциала людей с ограниченными возможностями. Даже разовое участие в путешествии может придать человеку с ограниченными возможностями уверенность в своих силах. Полученный новый опыт, освоение новых знаний и умений во время тура позволит людям с ограниченными возможностями приобрести новые увлечения, хобби, а возможно и профессиональные навыки. Особенно это актуально для детей и молодых людей с инвалидностью.

В сфере туризма осуществление такого рода проектов будет способствовать повышению уровня обслуживания и расширению спектра

предоставляемых туристских услуг, что в свою очередь повысит конкурентоспособность субъектов туризма. В целом, развитие инклюзивного туризма в Республике Беларусь и отдельных регионах будет способствовать дальнейшему формированию положительного туристического имиджа страны.

В п. 5.4 и 5.10 проекта Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года заложены основные принципы развития доступного туризма. В документе подчеркивается, что доступный туризм не является отдельным элементом туристической сферы, а рассматривается как гарантия использования туристических возможностей лицами с инвалидностью, имеющими временные нарушения функций здоровья, пожилыми, детьми, беременными женщинами [2].

В рамках реализации мер по развитию инклюзивного туризма планируется проведение мониторинга потребностей лиц с ограниченными возможностями на объектах туристической инфраструктуры, поддержка создания доступных туристических продуктов; создание адаптивной инфраструктуры и доступной среды на имеющихся объектах туристической индустрии, внедрение принципов и решений универсального дизайна на строящихся, реконструируемых и вводимых в эксплуатацию объектах туристической индустрии в соответствии с международными обязательствами и социальными госпрограммами Республики Беларусь; подготовка специалистов, владеющих компетенциями, необходимыми для работы с различными категориями граждан с учетом их состояния здоровья и следование Рекомендациям по доступному туризму принятым на основании резолюции A/RES/637(XX) Генеральной Ассамблеи ЮНВТО в августе 2013 г. [3]

По данным Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь на 01.05.2020, в стране проживает около 574,5 тыс. чел. с инвалидностью, в том числе в Брестской области – 77,7 тыс. чел [4]. Родственники, осуществляющие уход за инвалидами, зачастую не могут позволить себе приобрести даже тур выходного дня, опасаясь за здоровье близкого человека. Совместное путешествие, основанное на инклюзивном подходе, поможет снять подобную семейную проблему – здоровый человек сможет сопровождать родственника с инвалидностью, в итоге все участники путешествия получают положительные эмоции и семейные узы еще более укрепятся от смены привычной обстановки и посещения аттрактивных туристических объектов. Кроме того, следует учитывать, что значительная часть людей, не имеющих официального статуса инвалида, отказывается от путешествий, опасаясь рисков

физических нагрузок (люди, имеющие избыточный вес; беременные женщины; люди, страдающие от аллергии; пожилые люди; люди, перенесшие тяжелое заболевание). Таким образом, ориентация на развитие инклюзивного туризма повышает доступность путешествий для многих категорий потенциальных туристов.

Разработка стратегий регионального развития инклюзивного туризма (с учетом специфики каждого региона) будет способствовать достижению выполнения поставленных в проекте Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года целей и задач. Реализация стратегий регионального развития инклюзивного туризма напрямую зависит от создания аналитических баз (кадастров) туристических и рекреационных ресурсов, отвечающих требованиям инклюзивного туризма.

Как показывает мировой опыт, основными целями создания кадастров туристических ресурсов является обеспечение государственных гарантий прав собственности на имущество, обеспечение охраны территорий и исторических памятников, обеспечение задач управления территориями. Кадастр туристических ресурсов предполагает широкий доступ пользователей к сведениям, содержащимся в нем.

Опыт систематизации деятельности в данной сфере показывает, что в большинстве зарубежных стран данные процедуры осуществляются с 2000 г., при этом достигнуты значительные успехи, к примеру, опыт систематизации туристических ресурсов имеет наибольшую историю в Великобритании.

В то же время следует отметить, что проведенные исследования не являются исчерпывающими, так как в Республике Беларусь до настоящего времени правоотношения между субъектами туристической деятельности по основам ведения государственного кадастра туристических ресурсов не являлись предметом самостоятельного научного исследования. Рассматривая процедуру ведения государственного туристического кадастра в Республике Беларусь, следует обратить внимание на то, что кадастровый учет различных объектов туристической деятельности ведется относительно недавно.

Первым шагом на пути к созданию кадастровой деятельности в Республике Беларусь была «Национальная программа по развитию туризма в Республике Беларусь на 2006-2010 гг.», важнейшей задачей которой являлось формирование Государственного кадастра туристических ресурсов (далее – ГКТР) страны как единой формы учета количества, качества, динамики и возможности использования всех видов туристических ресурсов, включая природную составляющую водных объектов.

Создание информационно-аналитического кадастра туристско-рекреационных ресурсов Припятского Полесья может стать первым шагом к развитию доступного туризма в регионе. Качественная и количественная оценка туристско-рекреационного потенциала Припятского Полесья с учетом возможностей использования туристической инфраструктуры региона для организации инклюзивного туризма позволит составить рекомендации по улучшению условий для комфортного перемещения, размещения и питания людей с ограниченными возможностями.

Реестр всех значимых объектов туристского интереса региона с рекомендациями по специфике экскурсионного обслуживания туристов с нарушениями двигательной функции и особенностями восприятия информации позволит специалистам, опираясь на предлагаемую разработку, создавать адаптированный инклюзивный турпродукт.

Частью такого рода проектов является разработка сети безбарьерных туристических маршрутов в регионе Припятского Полесья, которые могут стать образцами для создания новых инклюзивных маршрутов.

Создание информационно-аналитического кадастра туристско-рекреационных ресурсов Припятского Полесья с учетом инклюзивного подхода будет являться качественно новой разработкой кадастровых систем, включающей в себя перечень объектов туристического показа, оснащенных безбарьерной инфраструктурой.

Алгоритм создания информационно-аналитического кадастра туристических ресурсов предполагает процесс построения оптимальных туристических маршрутов в рамках безбарьерной среды на основании точечного выбора объектов туристического показа с учетом инклюзивного подхода с целью их комбинирования по целям путешествия.

Создание информационно-аналитического кадастра туристско-рекреационных ресурсов Припятского Полесья предполагает следующий алгоритм действий:

1. Сбор и обработка статистической и аналитической информации по туристско-рекреационному потенциалу Припятского Полесья с учетом инклюзивного подхода.

2. Качественная и количественная оценка туристско-рекреационного потенциала Припятского Полесья с учетом возможностей использования туристической инфраструктуры региона для организации инклюзивного туризма.

3. Разработка сети безбарьерных туристических маршрутов в регионе Припятского Полесья с учетом специфики организации инклюзивного туризма.

4. Создание геоинформационного каталога туристско-рекреационных ресурсов и сопутствующей инфраструктуры Припятского Полесья.

5. Разработка информационно-аналитического кадастра туристско-рекреационных ресурсов Припятского Полесья с учетом инклюзивного подхода.

В условиях экономического кризиса и последствий пандемии COVID-19 повышение уровня доступности туристического продукта приобретает особое значение, поскольку будет содействовать развитию внутреннего туризма за счет расширения участия в туристических поездках всех категорий граждан. В перспективе после апробации созданной среды доступного туризма на территории Припятского Полесья можно ожидать повышение интереса к региону со стороны иностранных туристов.

Изучение туристско-рекреационных ресурсов Припятского Полесья с точки зрения их использования в целях развития инклюзивного туризма могут иметь социальное значение не только в рамках региона, но и масштабах Республики Беларусь.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Всемирный доклад об инвалидности. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health> (дата обращения: 03.02.2021).

2. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года. [Электронный ресурс]. URL: belarustourism.by/news/.pdf (дата обращения: 03.02.2021).

3. UNWTO Recommendations on accessible tourism (Adopted by resolution A/RES/637(XX) of the UNWTO General Assembly in August 2013) (the new edition of the UNWTO recommendations on tourism from 2005) // World tourism organization, 2016, Madrid.

4. В Беларуси проживает более 570 тыс. людей с инвалидностью. [Электронный ресурс]. URL: <https://minsknews.by/v-belarusi-prozhivaet-bolee-570-tys-lyudej-s-invalidnostyu/> (дата обращения: 08.11.2021).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ ЗЕЛЕННОГО МАРШРУТА «ЗЯЛЁНЫМІ СЦЕЖКАМІ АД ІСЛАЧЫ ДА ВІЛІІ»

Долюк С. Г.

*Белорусский государственный университет,
ул. Красноармейская, 6 Минск, Республика Беларусь, 220030,
sviatlanadoliuk@gmail.com
науч. рук. – И. В. Олюнина, кандидат исторических наук, доцент*

Данная статья является итогом полевого сбора информации об объектах осмотра зеленого маршрута «Зялёнымісцежкамi ад Іслачы да Віліі» и проверки актуальности и проходимости маршрута, в рамках НИР «Информационные технологии как ресурс развития агротуристических дестинаций Минской области Республики Беларусь». В ходе сбора информации были выявлены и актуализированы дополнительные объекты осмотра различной тематики, а также проведена апробация инструментов разработки эколого-туристических маршрутов на базе программных инструментов проекта «BYGuide».

Ключевые слова: информационные технологии; мобильные приложения; агроэкотуризм; доступность туризма; зеленые маршруты; карта.

THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN PROMOTING THE GREENWAY «ZALEONIMI STSEZHKAMI AD ISLACHY DA VILII»

Daliuk S. G.

*Belarusian State University,
st. Krasnoarmeiskaya, 6 Minsk, Republic of Belarus, 220030
scientific advisor – I. V. Olyunina, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor*

This article is the result of the field collection of information about the objects of inspection of the greenway «Zaleonimi stsezhkami ad Islachy da Vilii» and checking the relevance and passability of the route, within the framework of the research work «Information technologies as a resource for the development of agritourism destinations in the Minsk region of the Republic of Belarus». In the course of collecting information, additional objects of inspection on various topics were identified and updated, and tools for the development of ecological tourist routes were tested on the basis of the software tools of the «BY Guide» project.

Keywords: information technology; mobile applications; agroecotourism; availability of tourism; greenways; map.

Зеленый маршрут «Зялёнымі сцежкамі ад Іслачы да Віліі» разработан отделом образования, спорта и туризма Молодечненского райисполкома в рамках программы ООН «Устойчивое развитие на местном уровне». Маршрут является межрегиональным и охватывает территорию трех районов Минской области – Воложинский, Молодечненский и Вилейский. Движение по маршруту частично пересекается с зелеными маршрутами: «Валожынскія гасцінцы», «Блакітная стужка Вілейшчыны» и «По следам великих поэтов и музыкантов».

Основной маршрут проходит через такие населенные пункты как: аг. Раков – д. Борок – аг. Городок – д. Плебань – д. Ракутевщина – д. Вередово – г. Молодечно – г. Вилейка – д. Забродье – д. Снежково– Вилейское водохранилище. Однако для удобства и поездок выходного дня маршрут можно использовать как несколько отдельных маршрутов.

Зеленый маршрут «Зялёнымі сцежкамі ад Іслачы да Віліі» создан в двух тематических направлениях – природоведческая и историко-краеведческая. Во время путешествия туристы смогут ознакомиться с природными объектами данного края, такими как: р. Исlochь, р. Западная Березина, памятник природы «Криница Богдановича», биологический заказник «Сосна Веймутова», р. Виляя, р. Нарочь, памятник природы «Ель плакучая», Вилейское водохранилище.

Объектами историко-культурного наследия являются: церковь и костел в аг.Раков, городище, церковь и водяная мельница в аг.Городок, замчище и церковь в г.Молодечно, костел и церковь в г. Вилейка, мемориал, посвященный Первой Мировой войне в д.Забродье.

По маршруту можно посетить некоторые музеи: Историко-краеведческий музей в д.Городок, филиал Литературного музея М.Богдановича «Фольварок Ракутёвщина», художественную галерею «Плебань», Вилейский краеведческий музей.

В программе маршрута представленной отделом образования, спорта и туризма Молодечненского райисполкома предлагается ознакомиться с такими объектами как:

1. аг. Раков – Спасо-Преображенская церковь, костел Богоматери Руженцовой и святого Доминика, остатки городища, арт-галерея Феликса Янушкевича «Раковская цивилизация» и экстрим-парк «Малпалэнд».

2. д. Борок – экомузей «Мир пчел».

3. аг. Городок – водяная мельница, Центр культуры и быта, историко-краеведческий музей.

4. д. Плебань – Центр традиционной культуры и быта.

5. д. Ракутевщина – филиал Литературного музея М. Богдановича «Фольварок Ракутёвщина», памятник природы «Криница Богдановича».

6. д. Вередово – охотничий комплекс ГЛХУ «Молодечненский лесхоз», экологическая тропа.

7. г. Молодечно – городская площадь «Старое Место», Церковь Покрова Пресвятой Богородицы, замчище.

8. г. Вилейка – Крестовоздвиженский костел, Свято-Мариинская церковь, «Вильянин хутор».

9. д. Забродье – Борисоглебская часовня.

10. д. Снежково – мемориал «Памяти исчезнувших деревень», памятник природы местного значения «Ель плакучая».

11. Вилейское водохранилище.

Таким образом протяженность маршрута должна составить около 140 км. Предложенный координаторами вариант маршрута возможен для прохождения в организованной группе с использованием автотранспорта, тогда протяженность передвижения на велосипедах составит от 40 до 70 км.

В ходе состоявшейся командировки не было обнаружено ни одного информационного стенда с указанием маршрута, навигация по маршруту отсутствовала. Следовательно, указателями на маршруте являлись отмеченные в презентации маршрута точки осмотра. Была произведена запись GPS-трека и GPS-координат, фото и описание объектов для дальнейшей подготовки данных к публикации в открытых источниках сети Интернет. На основе полученных данных автором был актуализирован и дополнен предложенный кураторами маршрут. Также были выявлены объекты осмотра, не входящие в перечень координаторов, которые были включены в предложенный автором велосипедный маршрут.

В программу маршрута предложено добавить:

1. аг. Раков – усадьба Здоховских (ледовня), памятник жертвам холокоста, руины почтовой станции, Католическая Часовня Святой Анны, Ледниковый конгломерат, Крестовоздвиженский храм и святой источник, скульптура «Каханак Вялікай Мядзведзіцы»

2. аг. Городок – Костёл святого Казимира, Церковь святой Живоначальной Троицы, памятник погибшим землякам и солдатам, замчище, памятник погибшим красноармейцам, памятник жертвам нацистского геноцида, памятник жертвам городского гетто.

3. д. Плебань – Успенская Церковь, памятный знак в память о часовне вс. Георгия Победоносца, могила повстанцев 1863 г.

4. д. Красное – Костел Вознесения Девы Марии, Церковь Покрова Пресвятой Богородицы, памятник погибшим евреям, памятник танкистам-освободителям, фрагмент городища, памятник «Танк Т-34».

5. д. Мякота – памятник «Виленский тракт».

6. г. Молодечно – здание железнодорожного вокзала, Мемориальный комплекс Шталаг-342, Корпус бывшего монастыря Тринитариев, композиции «Папараць-кветка», парк Победы.

7. г. Вилейка – Дерево дружбы, городской парк, памятник землякам, погибшим в годы Великой Отечественной войны, памятник жертвам концлагеря, церковь Покрова Пресвятой Богородицы.

8. д. Снежково – памятный знак экипажу самолета Су-2.

9. д. Куренец – костел Непорочного зачатия Девы Марии, памятник повстанцам 1863-84 гг., военное кладбище 1919-1920 гг., церковь Рождества Пресвятой Богородицы, старая дорога.

10. д. Косуца – церковь апостолов Петра и Павла, памятный камень гетману Украины Пилипу Орлику.

Из программы маршрута предложено исключить:

1. Экстрим-парк «Малпалэнд» – парк находится за чертой населенного пункта и на большой удаленности от проложенного маршрута.

2. д. Вередово – тропа располагается на территории гостиничного комплекса «Дом охотника». На территории комплекса имеется информационная табличка «Схема расположения экологической тропы». При тестировании маршрута было обнаружено, что проход по маршруту частично перекрыт пристройками к вольеру для содержания пятнистых оленей. Из-за этого маршрут более не является кольцевым. Из 10 заявленных на схеме информационных точек, обнаружено только 2. Маршрут не проходит по дорожке из-за чего усложняется навигация. В ходе личного контакта с работником гостиничного комплекса «Дом охотника» было выявлено, что экологическая тропа не пользуется популярностью. Несколько раз в год на тропе проводят мероприятия для школьников. Основными посетителями тропы являются гости комплекса. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что экологическая тропа более не действует в полном объеме и не представляет интереса для посещения индивидуальными туристами.

3. д. Забродье – музейно-этнографический комплекс располагается на слишком большом удалении от пролегающего маршрута, более 15 км. Из-за отсутствия возможности «закольцевать» этот участок путешественнику необходимо будет проделать маршрут г. Вилейка – д. Забродье – г. Вилейка, что составит отклонение в маршруте более чем в 30 км.

Всего велосипедный маршрут предлагает 75 точек, включающие в себя историко-культурные ценности, архитектурные и природные памятники, музеи, местные достопримечательности и места отдыха. Количество историко-культурных ценностей, представленных на маршруте – 15. При этом протяженность маршрута составляет 126 км. Созданный маршрут был опубликован в мобильном приложении VYGuide. Описание, фото и карта маршрута опубликованы с сети Интернет.

Исходя из полученных данных можно сделать следующий вывод. Предложенный маршрут подходит для прохождения как в организованной группе, так и для индивидуального туризма. Зеленый маршрут «Зялёными сцежками ад Іслачы да Віліі» знакомит туристов с объектами историко-культурного и природного наследия Воложинского, Молодечненского и Вилейского районов. В ходе состоявшейся командировки, также были выявлены объекты осмотра, не входящие в перечень координаторов, которые было предложено включить в разработанный автором велосипедный вариант маршрута. На основе полученных данных была разработана и опубликована карта маршрута с указанием всех объектов осмотра. Публикация маршрута в мобильном приложении, посвященном агроэкотуризму, привлечет внимание туристов к районным дестинациям и будет способствовать сохранению историко-культурного наследия и созданию условий для устойчивого развития туризма в стране.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Зялёными сцежками ад Іслачы да Віліі. [Электронный ресурс]. URL: <http://usitmoik.gov.by/ru/turisticheskie-marshruty/zeljonye-marshruty/item/74-zalyonyymi-stsezhkami-ad-islachy-da-vilii> (дата доступа: 14.11.2021).

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ СЕЛЬСКОГО И ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Лебедева И. В.

*Президент Национальной Ассоциации по развитию сельского и экотуризма,
ведущий эксперт АНО «Агентство развития сельских инициатив», ул. Соколово-
Мещерская, 2, Москва, Россия, iva.index@gmail.com*

Статья опирается на результаты исследований, проведенных АНО «Агентство развития сельских инициатив» (Россия) в рамках проекта «Акселератор инициатив сельского и экотуризма в пост-COVID реальности», при финансовой поддержке

Европейского Союза, в 2021 году. В исследованиях рассматривались вопросы предпочтений и мнений как со стороны туристов, так и со стороны владельцев объектов и представителей сферы сельского и экологического туризма.

Ключевые слова: сельский туризм; потребительский спрос в период пандемии; портрет потребителя туруслуг в период пандемии; мотивация выбора сельских туров.

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE PREFERENCES OF CONSUMERS OF RURAL AND ECOLOGICAL TOURISM SERVICES

Lebedeva I. V.

*President of the National Association for Rural and Ecotourism,
leading expert of the Agency for Rural Community Development. 2, Sokolovo-
Mescherskaya St., Moscow, Russia, iva.index@gmail.com*

The article is based on the results of two studies carried out by the Agency for Rural Community Development (Russia) within the framework of the project “Accelerator of rural and ecotourism initiatives in post-COVID reality”, with the financial support of the European Union, in 2021.

Keywords: rural tourism; consumer demand during the pandemic; portrait of the consumer of tour services during the pandemic; reasons for choosing rural tours.

Ограничения, связанные с пандемией коронавируса в стране, в полной мере коснулись и сферы внутреннего туризма, в том числе направления сельский туризм.

В начале сезона 2020 года представители турбизнеса испытывали большую тревогу, предполагая спад спроса на свой турпродукт. Однако, сезон 2020 показал не только всплеск интереса к путешествиям внутри страны, но и устойчивый рост числа потребителей сельского и экологического туризма.

Цель исследования, проведенного АНО «Агентство развития сельских инициатив» (Россия) в рамках проекта «Акселератор инициатив сельского и экотуризма в пост-COVID реальности» [1], при финансовой поддержке Европейского Союза, в 2021 году: получить информацию о влиянии пандемии COVID-19 на спрос в сфере экологического и сельского туризма, выявить факторы, повлиявшие на потребительское поведение вследствие пандемии. В целях данного исследования под сельским туризмом понимаются путешествия в сельскую местность или в особо охраняемые природные территории с целью отдохнуть, а также, при желании, поработать на ферме или подсобном хозяйстве, познакомиться с деревенским бытом, местными традициями и культурой,

поучаствовать в мастер-классах по традиционным промыслам и ремеслам, в народных праздниках [2]. В рамках сельского туризма (в контексте данной статьи) не будут рассматриваться поездки в малые города, а также поездки в деревню с целью посещения родственников.

Методология: исследование, проводимое в июле и августе 2021 года, имело комплексный подход и включало два этапа -- количественный и качественный сбор данных с двух сторон: отношение туристов, и отношение владельцев к безопасности на объектах сельского и экологического туризма.

На первом этапе были реализованы количественные методы сбора информации – проведен всероссийский опрос населения, который позволил оценить потребительские предпочтения в области туризма в целом и определить уровень текущего спроса на сельский туризм в период пандемии. Опрос проводился путем включения тематического блока вопросов во Всероссийский опрос ОМНИБУС. Объем выборки составил 1600 человек, репрезентирующих население России старше 18 лет по полу, возрасту, образованию и типу населенного пункта (распределение согласно официальной статистике). На втором этапе были проведены групповые дискуссии (две фокус-группы) с реальными и потенциальными потребителями услуг сельского туризма. На третьем этапе проводился опрос владельцев объектов и представителей сельского и экологического туризма. В тексте статьи приведена прямая речь некоторых респондентов.

Отношение к требованиям безопасности сельского туризма в связи с пандемией COVID-19 (мнение туристов).

По мнению участников фокус-групп, пандемия COVID-19 принципиальным образом не меняла их модели отдыха. Безусловно, многие стали реже путешествовать, список мест назначения стал существенно более ограниченным, уменьшились возможности пляжного отдыха, но в целом, потенциальные туристы в сельскую местность даже в настоящее время стараются выбирать привычные форматы путешествий.

Некоторым респондентам поездки за границу в условиях пандемии кажутся более непредсказуемыми – но не столько из соображений эпидемической опасности, сколько по причине неожиданных, непредсказуемых действий со стороны властей по усилению ограничительных мер.

В этом смысле поездки по России, особенно в провинциальную глубинку, вызывают гораздо меньшую обеспокоенность респондентов. Участники фокус-групп отмечают, что даже несмотря на то, что в некоторых регионах, где сельский туризм неплохо развит (например,

Алтайский край), были введены очень жесткие ограничительные меры, тем не менее, контроль за соблюдением мер безопасности «на местах», на бытовом уровне зачастую был существенно ослаблен.

Такая ситуация не вызывает у респондентов особой тревоги в 2021 году. Прежде всего, сам формат сельских путешествий, по мнению участников фокус-групп, не связан (в большинстве случаев) со скоплением больших групп людей, а как раз, наоборот, предполагает уединение, социальное дистанцирование, отсутствие массовых мероприятий, групповых экскурсий, минимизацию социальных контактов:

«Мне кажется, что не нужно [ужесточать меры безопасности в сельском туризме]. Там такой маленький поток, там не такое скопление людей. Приехала семья, поселилась в домике. Там же нет ни администратора, никого, кто температуру обычно измеряет». «Нет, проблем нет никаких. В лесу маски не нужны».

Более того, ограничительные меры, к которым привыкли москвичи, воспринимаются подчас странно и чужеродно жителями отдаленных регионов с их специфическим ритмом жизни, разницей менталитета и характером потребления информации из СМИ. Те меры, которые кажутся целесообразными и привычными для жителей мегаполисов (в местах массового скопления людей), в отдаленной провинции представляются чуждыми, избыточными, непонятными, и вызывают совершенно другие коннотации у местных жителей: «Мы, когда приехали в маске и перчатках, местное население очень стало реагировать очень дико на меня: ты болен? болеешь чем-то? Вы понимаете, все начали избегать и изгонять».

В то же время, респонденты приводят примеры своих путешествий в сельскую местность, когда принимающая сторона осуществляла собственные меры безопасности (например, ставила дополнительный умывальник при входе в гостевой дом), и в целом поднимают тему обоюдной социальной ответственности со стороны как хозяев, так и гостей во время передвижений по стране: «Там сложности с медициной на местах, и если мы едем куда-то, в какой-то удаленный регион, то, чтобы не подвергать риску местное население, должны быть привитыми».

Некоторые участники фокус-групп отмечали, что стараются выбирать знакомых хозяев и проверенные маршруты, чтобы избежать лишних рисков во время путешествий: «Мы стали ездить только туда, где есть знакомые, это удобно и надежно».

Также на фокус-группах в упрек организаторам сельского туризма ставилось желание заработать на туристах любыми средствами, даже

пренебрегая требованиями безопасности: «Хозяевам важна денежка, им наши COVIDы нисколько не интересны...»

В целом, стоит отметить, что безопасность поездки рассматривается туристами не столько с точки зрения эпидемических угроз COVID-19, сколько в более широком и традиционном контексте (сохранность имущества, безопасное питание, наличие оперативной медицинской помощи и т.п.). С точки зрения эпидемических угроз COVID-19 туристы в 2020-21 гг. не предъявляли никаких повышенных требований к объектам и их владельцам.

На третьем этапе исследования («Экспертное мнение») качественные данные были собраны методом глубинного полуструктурированного интервью. Всего было собрано 22 интервью, из которых 7 с представителями экотуризма и 15 с представителями, экспертами и владельцами объектов сельского туризма.

Мнение и отношение к требованиям безопасности сельского туризма в связи с пандемией COVID-19 (мнение владельцев объектов и представителей сельского и экологического туризма).

В ответах на вопрос: «Исходя из вашего опыта, как коронавирус повлиял на спрос туруслуг?» 18% информантов указали, что не наблюдают роста спроса на свои туристические продукты и связывают это с ограничительными мерами начиная от запрета на проведения мероприятий и заканчивая запретом въезда на территорию. Один из информантов отметил, что благодаря пересмотру ценовой политики при меньшем числе туристов его бизнесу удалось достичь того же объёма выручки. Одна информантка объясняет снижение спроса в период пандемии тем, что раньше они принимали организованные группы, теперь «это всё прекратилось в одночасье». Другой информант связывает снижение спроса со страхами самих туристов: «люди боятся приезжать».

73% информантов в той или иной формулировке указали на рост спроса на их туристический продукт. Не все связывают этот рост с влиянием коронавируса, однако все его замечают. Процент такого роста информантам оценить оказалось сложно, примерный цифры, которые они называли начинались от 15% и заканчивались увеличением посетителей объекта «более чем в два раза». Некоторые также указали на заметное расширение сезона: «с 6 до 10 месяцев в году».

Ещё для 10% информантов этот вопрос оказался неактуальным. Это случаи, когда информант только собирался запустить свой турпродукт, или, например, бизнес был запущен в разгар пандемии, поэтому сравнивать показатели спроса не с чем.

В ответах на следующий вопрос: «Есть ли, на ваш взгляд, яркие конкурентные преимущества у сельского и экологического туризма в

условиях ограничений?» наиболее часто информанты говорили о том, что главное преимущество – это безопасный для здоровья в период пандемии отдых. Такой ответ прозвучал в половине интервью с представителями сельского туризма. Помимо эпидемиологической безопасности и возможности избегать скопления людей информанты говорили и возможности питаться натуральными продуктами, дышать свежим воздухом. Один из ответов, ярко иллюстрирующий понятие безопасного отдыха звучит следующим образом: «2020 и 2021 годы - они сельскому туризму сыграли на руку, в города люди ехали меньше, а в сельскую местность отдыхать ехали больше».

Кроме того, ещё 30% информантов называли в качестве главного преимущества индивидуальный подход к туристу, возможность адаптировать любую программу и выполнить разные запросы под конкретного туриста, в том числе запросы, касающиеся безопасности от вируса.

В вопросах индивидуальности с сельским туризмом согласен экологический туризм, предлагающий туристу возможность уединиться, путешествовать без скопления народа, но, помимо этого, представители объектов экотуризма отмечали в качестве приоритета близость к природе и причастность к сохранению природного наследия в качестве преимуществ.

К более редким ответам можно отнести бюджетную стоимость в качестве преимущества (1% информантов), новые впечатления и ощущения (5%), релевантность российских вакцин в сравнении с заграницей. 9% информантов отметили, что на данный момент не видят в сельском туризме конкурентных преимуществ в сравнении с массовым, т.к. он находится ещё на начальной стадии развития, требует решения проблем инфраструктуры и повышения компетентности владельцев и работников.

На вопросы: «Изменились ли предпочтения вашей целевой аудитории в 2020 году? Что хотели видеть ваши туристы в качестве дополнительных услуг?» половина информантов ответили, что последние два сезона изменился портрет туриста. Если раньше на объекты сельского и экологического туризма приезжали люди, готовые к разным условиям размещения, и понимающие особенности такого отдыха, то в 2020-21 году в гостевые дома на сельских территориях и в национальные парки поехал «турист из Турции» - человек, хорошо знакомый с курортами ультра-комфорта, с высоким качеством обслуживания, с богатой инфраструктурой, поэтому и предпочтения у туриста на сельских территориях изменились:

«Нас спрашивают об аниматорах в приютах, о кофейнях, пекарнях. Что хотели видеть туристы? Допуслуги, да, есть запрос на организацию питания в туристических приютах, на постельное бельё, на услуги allinclusive запросы бывают».

«Мы [Национальный парк] противимся требованиям туристов предоставлять белые халаты, одноразовые тапочки, одноразовые шампуни, хотя они это требуют. Но вот мы объясняем, что это невозможно, что это увеличит просто объём стирки во много раз, и объём мусора увеличит в несколько раз, это нецелесообразно».

Удовлетворить новые запросы и требования каждый объект стремится в меру своих сил и инфраструктуры. Некоторые запросы и требования туристов о повышенном комфорте выполнить невозможно или нежелательно, если речь идет о труднодоступной природной территории. Это скорее редкая ситуация для сельского туризма, она более характерна для объектов природного туризма. Также, представители экотуризма отмечают, что иногда туристы хотят неприемлемых для заповедника развлечений: джип-туры, бары, аниматоров, тогда как первостепенная задача объекта экотуризма – это сохранение природы, а не оказание туруслуг. Хозяева объектов сельского туризма чаще готовы идти навстречу и придумывать новые способы соответствовать новым предпочтениям:

«Все услуги отработываем по максимуму. Все, что просят, и мы можем - все предлагаем. Даже если что-то не продаем, но у нас это просят, то мы продаём. Например, нет такой услуги в преЙскуранте, но люди попросили, мы предоставляем, нам не жалко, пусть люди отдыхают».

«Нам кажется, у людей меньше стало денег».

Предпочтения туристов в период пандемии ковид-19 изменились не только из-за закрытых границ и невозможности попасть на иностранный курорт, но и из-за эпидемиологической обстановки: стало больше туристов, которые путешествуют на своём автомобиле вместе с семьёй. Запросы на дополнительные услуги «нового» туриста разнообразны – это и услуга сопровождения, организация питания, бары, гастрономические фестивали, катание на джипах, бюджетное размещение, и т.д. Среди этого многообразия информанты часто (24%) выделяют сувенирную продукцию в качестве особого запроса. Многим туристам было бы интересно приобретать уникальные для территории сувениры, в том числе и съедобные. В этом вопросе владельцы объектов ищут или уже нашли пути выполнения запроса, они считают это не только привлекательным для туриста, но и прибыльным для бизнеса.

На вопрос: «Предъявляли ли ваши гости повышенное внимание к эпидемиологической безопасности своего отдыха?» информанты

отвечают, что чаще всего гости сельского и экологического туризма не обращали внимания на эпидемиологическую безопасность. Поясняют, что пребывание на сельской территории в гостевом доме с малым количеством мест размещений напротив расслабляет гостей, позволяет им отвлечься от реальности пандемии и забыть о мерах профилактики. Забота об исполнении требований, поэтому, полностью лежит на объектах туризма. Они эти требования выполняют, а также напоминают гостям о необходимости заботиться о себе и окружающих – надевать маски, стараются без такого запроса организовывать социальную дистанцию между группами туристов. Такая ситуация складывается у 65% опрошенных информантов:

«Скорее, озадачены тем, что для туристов это ограничения, правила, которые влекут за собой дополнительные расходы, ПЦР-тесты, сертификаты и так далее. Никто еще ни разу не спросил: "А соблюдаете ли вы вот эти требования, а вы нас обеспечите масками, защитой?"» - такого нет, скорее они негодуют, что им приходится нести дополнительные расходы для того, чтобы отдохнуть. Еще, они обеспокоены тем, не ограничат ли въезд в округ, смогут ли они поселиться в гостинице, не откажут ли им, пустят ли их в ресторане, накормят ли, или им придется подножным кормом питаться, вот это их беспокоит, а другого ничего особенного нет».

Ещё 23% информанта, в первую очередь обратились к тем эпидемиологическим требованиям, которые должны выполнять сами туристы. Как в приведённой выше цитате, гостей объектов сельского туризма в первую очередь беспокоит необходимость сдать ПЦР-тест или быть вакцинированным. Один информант – представитель объекта экологического туризма указал, что туристов при посещении объекта больше беспокоит возможность заражения вирусами, переносимыми клещами. Только один информант ответил, что туристы задают вопросы по всем пунктам, перечисленным в вопросах. Другой информант отметил повышенное внимание к наличию санитаров, но лишь в 2020 году, ещё один отметил, что гости интересуются, привиты ли сотрудники. Ещё 2 информанта ответили, что существует внимание к социальной дистанции при расселении. Таким образом, большинство туристов не обеспокоены профилактикой коронавирусной инфекции в объектах сельского и экологического туризма. Если же ранжировать отдельные аспекты, то самым частым вопросом о коронавирусной инфекции является вопрос о ограничениях на въезд (с тестом или без теста) (4), расселение с соблюдением социальной дистанции (3), вопросы прививки (2) и санитаров (2).

Таким образом, проведенное исследование позволяет подтвердить возрастающую актуальность сельского туризма в период пандемии COVID-19. При этом, большинство туристов в 2020-21 гг. не были обеспокоены профилактикой коронавирусной инфекции в объектах сельского и экологического туризма. Это говорит о том, что владельцы объектов должны проявить повышенную ответственность за эпидемиологическую безопасность людей, самостоятельно, без дополнительного запроса со стороны гостей, исполнять обязательные требования Роспотребнадзора [3] и принимать меры для нераспространения коронавируса на своих объектах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. «Исследование потребителей услуг сельского туризма в России», 2021/ Лебедева И.В., Копылова С.Л., Лебедева Т.А. Москва: АНО АРСИ, 2021. – 40 с.
2. Методическое пособие «Сельский туризм как средство развития сельских территорий»/ Лебедева И.В., Копылова С.Л. - Москва: АНО АРСИ, 2018. – 164 с.
3. Методические рекомендации Роспотребнадзора РФ № МР 3.1.0173-20 «Организация противоэпидемических мероприятий в период пандемии COVID-19». Москва, 2020. [Электронный ресурс]. URL: https://www.rospotrebnadzor.ru/region/korono_virus/files/spec/%D0%9C%D0%A0%203.1.0173.PDF (дата обращения: 15.11.2021).

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Меркульева В. К.

*Отдел развития туризма управления Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности
просп. Ленина, 41, 656049, г. Барнаул, Алтайский край, Российская Федерация, mvk@alttur22.ru*

Рассмотрен положительный опыт организации сельского туризма в Алтайском крае на основе статистических данных. Уделено особое внимание важности реализации проектов по продвижению сельского туризма и проведению обучающих мероприятий. Дан обзор успешных примеров деятельности гостевых домов в Алтайском крае.

Ключевые слова: сельский туризм; Алтайский край; продвижение; гостевые дома.

RURAL TOURISM IN ALTAI REGION

Merkulyeva V. K.

The positive experience of rural tourism development in Altai region is considered. Particular attention was paid to the importance of implementing projects dedicated to rural tourism promotion and conducting training events. An overview of successful examples of guest houses in the Altai region is given.

Keywords: rural tourism; Altai region; promotion; guest houses.

Алтайский край – это регион с огромными туристическими возможностями, важной составляющей которых является развитие сельского туризма. Как в стране, так и в регионе сельский туризм – одно из самых молодых и перспективных направлений туристского бизнеса, дающих импульс развитию территорий.

В Алтайском крае немало предпосылок для развития сельского туризма. Во-первых, уникальная природа края, где 46,7 % площади покрыто лесами, а 19,3 % занято под сельскохозяйственными угодьями [1, с. 22]. В регионе более 11 тыс. озер и свыше 17 тыс. рек. Многие озера обладают уникальными лечебными свойствами. Горы Алтайского края являются частью мирового водораздела, вследствие чего регион характеризуется сложной структурой рельефа и большим разнообразием растительного и животного мира. Здесь встречаются 200 видов растений-эндемиков. В Алтайском крае функционирует 115 особо охраняемых территорий краевого значения и две – федерального значения: государственный природный заповедник «Тигирекский» и национальный парк «Салаир» [2].

Во-вторых, демографический фактор развития сельского туризма: значительная доля населения – более 70 % – проживает в сельской местности.

В-третьих, достаточно развитая туристская инфраструктура в сегменте сельского туризма: более 450 тыс. усадеб, ведущих личное подсобное хозяйство, с душой оформленные и ухоженные гостевые дома, пасеки и заимки. А главное – гостеприимство местных жителей [3].

Всё это позволяет организовать путешествие по запросу современного туриста, чтобы у гостей была возможность получить индивидуальный подход, многосторонний эмоциональный опыт, насладиться натуральными продуктами, уникальной природой, прикоснуться к культуре и традициям множества национальностей, проживающих в регионе.

В настоящее время более чем в 20 муниципальных районах Алтайского края гостевыми домами оказываются услуги сельского туризма.

Ежегодный турпоток в них составляет порядка 130 тыс. человек.

При этом, 6 гостевых домов Алтайского края – члены ассоциации «Крестьянское гостеприимство» прошли обучение и получили сертификаты соответствия международным стандартам и нормам организации агроэкотуризма. Сертификация проведена экспертами международной федерации «Крестьянское гостеприимство» («Accueil Paysan», Франция).

Можно сказать, что в регионе уже накоплен положительный опыт организации сельского туризма. Но в то же время существует заинтересованность в разработке новых туристических продуктов с использованием ресурсов сельских территорий.

В рамках государственной программы «Развитие туризма в Алтайском крае» для хозяйствующих субъектов сферы сельского туризма предусмотрены различные виды государственной информационной, консультационной, образовательной и финансовой поддержки.

Так, с 2014 года реализуется мероприятие государственной финансовой поддержки «Субсидирование части затрат на строительство и реконструкцию сельских гостевых домов, включая работы, связанные с подведением газа, воды, устройством канализации и электросетей». Компенсируется до 80% документально подтвержденных затрат субъектов сельского туризма, произведенных как в год обращения за субсидией, так и в предшествующий год, но не более 350 тысяч рублей на одного получателя.

За годы реализации такую поддержку получили 32 субъекта сельского туризма на общую сумму более 5,3 млн. рублей [4].

Помимо финансовой поддержки большое внимание уделяется продвижению сельского туризма, улучшению качества обслуживания путешественников и созданию разнообразного туристического продукта в сельской местности.

В рамках продвижения туристского продукта Алтайского края на международном и российском рынках отдел развития туризма управления Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности организует работу коллективных стендов региона на международных выставках, ярмарках, фестивалях, в том числе специализированных для сферы сельского туризма: Международная агропромышленная выставка «Зеленая Неделя» (г. Берлин, Германия), Агропромышленная выставка-ярмарка «АгроРусь» (г. Москва), выставка

экологического сельского туризма «Зеленый ветер» (г. Москва), Фермерский фестиваль «Свое».

Также проводятся пресс, инфо-туры для представителей СМИ, блогеров и турбизнеса с посещением объектов сельского туризма, размещается информация о сельских гостевых усадьбах региона на специализированном туристском интернет-портале Алтайского края, раздел «Где остановиться». В этом владельцам объектов сельского туризма помогает Краевое государственное бюджетное учреждение «Туристский центр Алтайского края» [5].

Ключевым мероприятием региона в сфере сельского туризма является Осенний форум по сельскому туризму. Традиционно он организуется в октябре-ноябре, когда завершается высокий туристический сезон. Два года подряд форум проходит в онлайн-формате на специально созданном информационном портале. Форум является площадкой для диалога и обмена опытом по вопросам развития туризма в сельских территориях, формирования и продвижения турпродукта на российском и международном уровнях, презентации новых форматов взаимодействия. В Форуме принимают участие представители сельского туризма, объектов показа, отраслевых объединений и фермерских хозяйств, туркомпании. Благодаря формату онлайн к мероприятию присоединяются сотни слушателей из регионов России и стран СНГ, заинтересованные в развитии сельского туризма [6].

Также в регионе для сферы сельского туризма проводятся обучающие семинары серии «Крестьянское гостеприимство» по стандартам гостеприимства, даются разъяснения по подготовке «зеленых домов» и сельских гостиниц к классификации по новым национальным стандартам, предоставляются методические материалы и практические пособия по развитию туризма в сельской местности (методические рекомендации, разработанные Краевым государственным бюджетным учреждением «Алтайтурцентр», Агентством развития сельских инициатив).

По запросам субъектов сельского туризма привлекаются эксперты и организуются обучающие мероприятия по темам, важным и интересным именно бизнесу.

Также один из интересных проектов, популяризирующих отдых в сельской местности – фотопроjekt «Агроэкотуризм на Алтае».

Фотовыставка была организована в рамках Года сельского и экологического туризма, объявленного Всемирной туристской организацией.

К участию были приглашены лучшие фотографы, запечатлевшие в своих объективах сельский быт, красоту природы Алтая. Передвижной

фотопроект был развёрнут в Международном аэропорту Барнаул им Г.С. Титова, в Алтайском государственном университете и в крупнейшем торгово-развлекательном центре Алтайского края «Galaxy», а также онлайн [7].

Таким образом сельский туризм в Алтайском крае отличается дифференцированным турпродуктом, что позволяет удовлетворить любые потребительские запросы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Республика Алтай в цифрах. 2016-2020 : Крат. стат. сб. / Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. – г. Горно-Алтайск, 2021. – 199 с.

2. Особо охраняемые природные территории Алтайского края // Министерство природных ресурсов и экологии Алтайского края. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: https://minprirody.alregn.ru/directions/prirodnye_resursy/oopt/ooptAK/ (дата обращения: 17.11.2021).

3. Специализированный туристский интернет-портал Алтайского края. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.visitaltai.info/>. (дата доступа 17.11.2021).

4. Об утверждении государственной программы Алтайского края «Развитие туризма в Алтайском крае». Постановление правительства Алтайского края от 23 марта 2020 года № 125. [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/570717387> (дата обращения: 17.11.2021).

5. Специализированный туристский интернет-портал Алтайского края. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.visitaltai.info/>. (дата доступа 18.11.2021).

6. Осенний форум по сельскому туризму в Алтайском крае привлёк участников со все страны // Управление Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности. [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.alregn.ru/news/novosti/osenniy-forum-po-selskomu-turizmu-v-altayskom-krao-vsey-strany> (дата обращения: 18.11.2021).

7. Агротуризм на Алтае [Электронный ресурс]. URL: <http://agrotourism.tilda.ws/> (дата обращения: 18.11.2021).

ИННОВАЦИИ В РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ООПТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Мозговая О. С.

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Республика Беларусь,
mozgovaya_olga@mail.ru*

Яценко А. В.

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Республика Беларусь, yatsenko@yandex.ru*

Статья посвящена анализу теоретических и прикладных вопросов развития инноваций в туристической инфраструктуре особо охраняемых природных территорий Республики Беларусь. В статье проводится анализ текущего состояния туристической инфраструктуры национальных парков (НП «Беловежская пушча», «Браславские озёра», «Припятский», «Нарочанский»), на основании которого предлагается ряд рекомендаций по инновационному совершенствованию туристической инфраструктуры национальных парков.

Ключевые слова: особо охраняемые природные территории; туристическая инфраструктура; экологический туризм; инновации.

INNOVATIONS IN THE DEVELOPMENT OF TOURIST INFRASTRUCTURE OF NATURE PROTECTED AREAS IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Mozgovaya O. S.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, mozgovaya_olga@mail.ru*

Yatsenko A. B.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, yatsenko@yandex.ru*

The article is devoted to analysis of theoretical and practical aspects of innovations development in tourist infrastructure of nature protected areas of the Republic of Belarus. The article analyzes the current state of the tourist infrastructure of the national parks ("Belovezhskaya Pushcha", "Braslav Lakes", "Pripyatsky", "Narochansky"), which forms the basis for a number of recommendations for innovative improvement of national parks tourist infrastructure.

Keywords: nature protected areas; tourist infrastructure; ecological tourism; innovations.

Сохранение естественных природных комплексов и поддержание в них баланса является приоритетным направлением в формировании благоприятной окружающей среды Республики Беларусь. В Законе Республики Беларусь «Об особо охраняемых природных территориях» от 15 ноября 2018 г. особо охраняемые природные территории (далее – ООПТ) определены как часть территории с уникальными, эталонными или иными ценными природными комплексами и объектами, имеющими особое экологическое, научное и (или) эстетическое значение, в отношении которых установлен особый режим охраны и использования [10].

В соответствии со Стратегией развития ООПТ на период до 2025 года, утвержденной Правительством Республики Беларусь, основная деятельность направлена на сохранение биологического разнообразия, включая генетический фонд, качество пресной воды и атмосферного воздуха. Данная стратегия призвана помочь адаптироваться к глобальному изменению климата и предотвратить неблагоприятные климатические явления (паводки, наводнения, пожары), способствовать поглощению болотными и лесными экосистемами углекислого газа и в целом направлена на то, чтобы сберечь природное и культурное наследие Беларуси. В рамках реализации стратегии, системой ООПТ страны предполагается обеспечить охрану более 85% видов дикорастущих растений и не менее 95% видов диких животных, включенных в Красную книгу Республики Беларусь [3].

В результате проведенных в 2018 году работ по преобразованию и прекращению функционирования ООПТ республиканского и местного значения общая площадь особо охраняемых природных территорий не изменилась по сравнению с 2017 годом и составляет 8,7% от площади территории республики. Структура ООПТ Беларуси: заказники – 73% общей площади ООПТ, заповедник и национальные парки – 26,2%, памятники природы республиканского и местного значения – 0,8% общей площади охраняемых территорий [11]. По состоянию на 1 января 2018 г. наибольшая доля ООПТ в Брестской и Гродненской областях (14,4 и 10,1% от площади областей соответственно), наименьшая – в Могилевской (3,5%) и г. Минске (1,7%) [7].

По состоянию на 1 января 2018 года, в систему ООПТ Республики Беларусь включены территории Березинского биосферного заповедника, 4-х национальных парков («Беловежская пушча», «Браславские озера», «Нарочанский» и «Припятский») и 99 заказников республиканского значения. Кроме вышеперечисленных природоохранных объектов биологическое и ландшафтное разнообразие сохраняется в 277 заказниках местного значения и на территории 326 памятниках природы республиканского и 578 памятников природы местного значения.

Естественные природные ландшафты, наличие необходимой туристической инфраструктуры на ООПТ способствует развитию экологического туризма и притоку экотуристов на данные территории. Проведем анализ потенциала туристической инфраструктуры особо охраняемых природных территорий, пользующихся наибольшим спросом у экотуристов – НП «Беловежская пушча», НП «Припятский», НП «Браславские Озёра», НП «Нарочанский».

Национальный парк «Беловежская пушча» располагает следующей туристической инфраструктурой: пункты питания и проживания;

развлекательные объекты; велосипедные, пешеходные и автопешеходные маршруты. Комфортное проживание является неотъемлемой составляющей качественного отдыха туристов в НП «Беловежская пуца». На официальном сайте НП «Беловежская пуца» размещены различные предложения для комфортного проживания, цена которых зависит от категории номера (стандарт, полулюкс, люкс). Важной составляющей туристической инфраструктуры являются предприятия питания. На территории НП «Беловежская пуца» насчитывается 8 предприятий питания, каждое из которых предлагает традиционные блюда белорусской кухни. Предприятия питания рассредоточены по всей территории национального парка, преимущественно возле жилых комплексов. Из оказываемых услуг предлагаются организация завтраков, обедов и ужинов, организация банкетов, свадеб и фуршетов.

В национальном парке предлагается ряд экскурсионных и дополнительных услуг. Экскурсионные услуги включают путешествия по экологическим маршрутам: веломаршруты, пешеходные и автопешеходные. Экологические маршруты оснащены необходимой инфраструктурой, указателями и картами. Комплекс дополнительных услуг включает: бассейн, тренажерный зал, сауна, баня, бильярд, услуги спорткомплекса «Зубр», прокат спортивного и туристического инвентаря, организация охоты, фотосафари, рыбной ловли [2].

В настоящее время можно выделить следующие тенденции в развитии инфраструктуры НП «Беловежская пуца»:

- Традиционное развитие гостиничного комплекса: отсутствие инновационных решений по таким направлениям, как внедрение передовых информационных технологий, экологизация функционирования комплекса.

- Устаревание технического оснащения гостиничного комплекса: обветшание мебели (несмотря на реконструкцию, проведенную в некоторых объектах размещения, мебельный гарнитур остался прежним).

- Концентрация объектов инфраструктуры в центральном и северном районе национального парка с целью регулирования рекреационной нагрузки.

- Развитие различных видов объектов питания: рестораны, бары, кафе, закусочные, позволяющие удовлетворить потребности различных сегментов потребителей.

- Стимулирование развития спортивных объектов с целью приобщения туристов к активному отдыху.

В целом туристическая инфраструктура Национального парка «Беловежская пуца» располагает к комплексному отдыху туристов, а гибкая система ценообразования на услуги питания и проживания,

ориентирована на различные социальные слои населения. Однако для дальнейшего развития экологического туризма и увеличения туристического спроса необходимо разработать программу инновационного развития туристической инфраструктуры.

Комфортное проживание является неотъемлемой составляющей качественного отдыха в национальном парке «Припятский». На официальном сайте НП «Припятский» предложены порядка 7 средств размещения. Разнообразие выбора свидетельствует о том, что на территории национального парка могут разместиться туристы с различными предпочтениями. Важной составляющей туристической инфраструктуры являются предприятия питания. На официальном сайте национального парка «Припятский» размещено только одно предложение для посещения ресторана «Над Припятью», расположенного на 1 этаже гостиничного комплекса «Над Припятью». Ресторан включает общий зал, состоящий из 48 мест и рыбный зал, состоящий из 15 мест [8].

Необходимо отметить, что, в целом, национальный парк «Припятский» располагает развитой туристической инфраструктурой. Однако существует ряд проблем: ограниченный выбор предприятий питания (один ресторан), устаревание технического оснащения средств размещения, небольшое количество развлекательной инфраструктуры, которые в некоторой степени влияют на туристический спрос.

Туристическая деятельность национального парка «Браславские озера» связана, в первую очередь, с уникальными ландшафтами района. В пределах озёрного края расположились четыре базы отдыха: «Дривяты», «Леошки», «Золово», «Слободка», 48 туристических стоянок [5].

Основным типом средств размещения на территории НП «Браславские озёра» являются коттеджи, расположенные на базах отдыха «Дривяты», «Леошки», «Золово», «Слободка». Ценовая категория соответствует уровню и качеству услуг, предоставляемых в коттеджах, а также общей вместимости. Помимо проживания, базы отдыха предлагают дополнительные бесплатные услуги, такие как: бильярд, парная баня, катамараны, лодки, банкеты, катание на санях в зимнее время, рекламно-информационные услуги, тренажерный зал, настольный теннис, открытая детская площадка, автостоянка. Среди дополнительных платных услуг: любительское рыболовство.

Инфраструктура питания представлена кафе, которые находятся непосредственно на территории баз отдыха. Помимо этого, возможна организация банкетов, свадеб, праздников [5].

Для развития делового туризма – проведение бизнес-встреч, семинаров, презентаций, тренингов и пресс-конференций на территории

НП «Браславские озёра» возможна аренда зала заседаний и конференц-зала на базе отдыха «Дривяты». Для активного отдыха туристическая инфраструктура включает: экологические тропы, база для игры «лазертаг», велосипедные, пешие, водные маршруты [5].

Анализ туристической инфраструктуры НП «Браславские озёра», позволил выявить ряд недостатков: малое количество предприятий общественного питания и развлекательных заведений, недостаточная укомплектованность специальным оборудованием для инклюзивных туристов и др.

Национальный парк «Нарочанский» располагает разнообразной туристической инфраструктурой для полноценного отдыха. На территории парка рассредоточены гостиничный комплекс «Нарочь», гостиница автокемпинга «Нарочь», гостевые дома и коттеджи.

Туристическая инфраструктура национального парка «Нарочанский» включает следующие средства размещения: гостиницы, гостевые дома и гостевые коттеджи, 16 туристических стоянок. На территории автокемпинга «Нарочь» оборудованы места для кемперов. В соответствии с Указом Президента №636 от 29.10.1999 года с лиц, прибывающих на отдых в Национальный парк «Нарочанский», взимаются компенсационные выплаты [6]. Помимо инфраструктуры проживания, на территории национального парка размещены предприятия питания: лобби-бары, кафе, рестораны.

В НП «Нарочанский» действует два предприятия питания, предлагающих услуги трёхразового питания и лобби-бар. Имеются прилегающие к заведению стоянки автотранспорта. Среди прочих услуг заведений – организация банкетов, семейных мероприятий, корпоративов, юбилеев. Национальный парк предлагает возможность размещения и отдыха на побережьях 12 озёр, на которых оборудованы 15 туристических стоянок.

Для проведения экскурсий в национальном парке возможно посещение геоботанического объекта «Парк редких растений» на территории геологического памятника природы республиканского значения полуострова «Черевки», дендрологического сада, экотроп, непосредственно располагающих необходимой инфраструктурой: дороги, карты, указатели. На условиях бесплатного входа возможно посетить эколого-просветительский центр, представляющий тематически оборудованное помещение с двумя постоянными и двумя сменными экспозициями, адаптированное для проведения мероприятий, экскурсий и встреч экопросветительской и природоохранной направленности. Для знакомства с курортным поселком Нарочь возможно использование услуг аудиогuida [6].

Туристическая инфраструктура национального парка «Нарочанский» располагает к полноценному отдыху туристов. Однако необходимо обратить внимание на слабые стороны: ограниченный выбор предприятий питания (лобби-бар, кафе, ресторан), устаревание технического оснащения средств размещения, небольшое количество развлекательной инфраструктуры и др. В связи с этим необходимо разработать комплексный план мероприятий по развитию инфраструктуры, учитывающий современные тенденции развития экологического туризма.

ООПТ Республики Беларусь располагают необходимой инфраструктурой проживания и питания экотуристов, однако дальнейшее развитие экотуризма в ООПТ во многом будет зависеть от разработки и внедрения инновационных технологий, направленных на совершенствование туристической инфраструктуры. Внедрение инноваций в инфраструктуру ООПТ способствует их комплексному развитию, снижению рекреационной нагрузки, улучшению экологической обстановки, повышению туристической привлекательности.

Анализ международного опыта внедрения инноваций в инфраструктуру [4], проведенный анализ туристической инфраструктуры, на примере национальных парков: «Беловежская пуща», «Нарочанский», «Припятский», «Браславские озёра», позволили разработать ряд предложений по развитию инфраструктуры национальных парков Республики Беларусь, направленных на усовершенствование информационных систем парков, создание безбарьерной среды для инклюзивных туристов, создание новых объектов гостиничной инфраструктуры и модернизацию существующих и др.

В ходе анализа туристической инфраструктуры национального парка «Браславские озера» были выявлены слабые стороны, в частности: недостаточная укомплектованность специальным оборудованием для людей с ограниченными возможностями, отсутствие рекламных лендинг-пейдж, малое количество предприятий общественного питания и развлекательных заведений, отсутствие возможности обмена валют в выходные дни, отсутствие уникальных средств размещения способных привлекать новые сегменты туристов. Предложения по повышению привлекательности туристической инфраструктуры НП «Браславские озера» разработаны с учетом данных недостатков и направлены на их устранение (таблица 1).

Таблица 1 – Предложения по повышению туристической привлекательности НП «Браславские озера»

Предложение	Ожидаемый результат
<i>Создание и совершенствование системы управления и информирования</i>	
Создание лендинг-пейдж с уникальным предложением для туристов	<ul style="list-style-type: none"> • Привлечение большего числа внутренних и международных туристов. • Увеличение прибыли ГПУ НП «Браславские озёра». • Возможность онлайн-бронирования услуг.
Создание мобильной навигационной системы	<ul style="list-style-type: none"> • Интерактивный поисковик маршрутов и событий. • Улучшение пользовательского опыта. • Косвенное развитие спроса на услуги вторичных туристических организаций.
<i>Создание благоприятных условий для туристов с ограниченными возможностями</i>	
Создание «обонятельных» зон и речевых маршрутных карт	<ul style="list-style-type: none"> • Расширение туристических возможностей для незрячих посетителей. • Расширение диверсификации предложения.
Внедрение тактильных (со шрифтом Брайля) карт, брошюр, буклетов	<ul style="list-style-type: none"> • Расширение туристических возможностей для незрячих посетителей.
Адаптация инфраструктуры под особенности инклюзивных туристов: оборудование пандусами, специальными лифтами, модернизация обустройства номеров	<ul style="list-style-type: none"> • Создание безбарьерного пространства для людей с ограниченными возможностями. • Улучшение пользовательского опыта инклюзивных туристов.
<i>Совершенствование гостиничной инфраструктуры</i>	
Проектирование и строительство средства размещения - ботель	<ul style="list-style-type: none"> • Диверсификация предложения. • Увеличение туристического потока. • Создание возможности для получения нового туристического опыта. • Создание новых рабочих мест. • Увеличение прибыли парка.
<i>Совершенствование инфраструктуры предприятий питания</i>	
Строительство гипермаркета с фудкорт-зоной	<ul style="list-style-type: none"> • Решение проблемы ограниченного предложения предприятий питания. • Диверсификация предложения. • Увеличение туристического потока.
<i>Совершенствование прочих единиц инфраструктуры</i>	
Проектирование, строительство и обустройство лыжероллерной трассы с пунктом проката спортивного инвентаря	<ul style="list-style-type: none"> • Диверсификация сезонного предложения. • Развитие горнолыжного туризма.
Оборудование указателей и карт парка системой QR-кодов	<ul style="list-style-type: none"> • Оптимизация GPS систем. • Дополнительный источник информации.

Источник: составлено авторами.

Предложения по созданию и совершенствованию системы управления и информирования напрямую повлияют на увеличение туристических потоков и оптимизацию работы туристического отдела национального парка. Реализация таких мероприятий, как: создание лендинг-пейдж с уникальным предложением для туристов и создание мобильной навигационной системы решат ряд задач, соответствующих текущему плану информационного развития национального парка.

Потенциал рынка инклюзивного туризма растёт, что можно подтвердить прогнозными показателями английского исследователя Дж. Боутелла, согласно которым к 2025 году спрос на инклюзивный туризм составит 111,8 млн чел., средние затраты на человека за путешествие – 792€, а потенциальные доходы от инклюзивного туризма – 88,5 млрд. €. Создание благоприятных условий для развития экологического туризма для туристов с ограниченными возможностями, а именно: адаптация инфраструктуры для инклюзивных туристов по госту, создание «обонятельных» зон с сопровождением аудиогuida, либо QR кодов с электронной информацией и внедрение «осязательных» (выпуклых) карт, брошюр, буклетов позволят расширить туристические возможности для инклюзивных туристов.

В качестве рекомендации по совершенствованию гостиничной инфраструктуры выступает проектирование и строительство ботеля, что решит ряд задач по созданию новых средств размещения, описанных в инновационном плане развития Национального парка «Браславские озёра». Уникальность предложения будет способствовать увеличению спроса, а как следствие и увеличению туристического потока. Кроме того, необходимо дополнить инфраструктуру общественного питания в НП «Браславские озёра». Строительство гипермаркета с зоной фуд-корт повлияет на диверсификацию предложения предприятий питания, степень удовлетворенности туристов, и, как следствие, на увеличение дохода.

Рекомендации по совершенствованию прочих единиц инфраструктуры представлены в проектировании, строительстве и обустройстве лыжероллерной трассы с пунктом проката спортивного инвентаря и во внедрении системы QR-кодов на придорожных указателях и картах парка, который можно отсканировать с помощью фотокамеры, встроенной в телефон или планшет. Строительство лыжероллерной трассы повлияет на сезонную диверсификацию предложения, а как следствие и спроса. А система QR-кодов повлияет на повышение информированности о национальном парке. С их помощью можно

закодировать информацию о близлежащих объектах природы, ссылку на мобильный навигатор с точным указанием местоположения (например, в случае отставания от экскурсионной группы), контакты, информацию о продукте/услуге, ссылку на веб-сайт. Преимуществами QR являются простота и высокая скорость считывания и взаимодействия с информацией, экономия времени (не нужно вводить в браузер информацию), возможность сохранения информации на телефон.

В ходе анализа туристической инфраструктуры национального парка «Беловежская пуца» был выявлен ряд недостатков в функционировании инфраструктуры, в частности: отсутствие рекламных лендинг-пейдж, запреты по проживанию с домашними питомцами, отсутствие уникальных средств размещения способных привлечь новые сегменты туристов, недостаточная укомплектованность специальным оборудованием для людей с ограниченными возможностями.

На основании анализа недостатков в развитии туристической инфраструктуры национального парка «Беловежская пуца» предлагается ряд рекомендаций, отраженных в таблице 2.

Таблица 2 – Предложения по повышению туристической привлекательности НП «Беловежская пуца»

Предложение	Ожидаемый результат
<i>Создание и совершенствование системы управления и информирования</i>	
Создание лендинг-пейдж с уникальным предложением для туристов	<ul style="list-style-type: none"> • Привлечение большего числа внутренних и международных туристов. • Увеличение прибыли НП парка. • Онлайн-бронирования услуг.
Создание виртуальных туристических маршрутов	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение числа конверсий из потенциального посетителя парка в посетителя. • Увеличение прибыли НП. • Улучшение пользовательского опыта. • Продвижение услуг парка на международном и государственных уровнях.
<i>Создание благоприятных условий для туристов с ограниченными возможностями</i>	
Создание велотроп для инклюзивных туристов (на базе имеющихся велотроп)	<ul style="list-style-type: none"> • Расширение туристических возможностей для незрячих посетителей. • Расширение диверсификации предложения. • Повышение привлекательности парка.
Внедрение тактильных (со шрифтом Брайля) карт, брошюр, буклетов	<ul style="list-style-type: none"> • Расширение туристических возможностей для незрячих посетителей.
Адаптация инфраструктуры под особенности инклюзивных туристов: оборудование	<ul style="list-style-type: none"> • Создание безбарьерного пространства для людей с ограниченными возможностями. • Улучшение пользовательского опыта инклюзивных туристов.

пандусами, модернизация обустройства номеров	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение привлекательности парка.
<i>Совершенствование гостиничной инфраструктуры</i>	
Постройка инновационного средства размещения «Глэмпинг»	<ul style="list-style-type: none"> • Диверсификация предложения. • Повышение привлекательности парка. • Увеличение туристического потока. • Увеличение прибыли парка. • Низкое число обслуживающего персонала – сокращение издержек на оплату труда.
Создание номеров с возможностью проживания с домашними питомцами	<ul style="list-style-type: none"> • Решение проблемы запрета размещения туристов со своими домашними животными во всех гостиницах Национального парка. • Создание новых возможностей для отдыха туристов. • Повышение привлекательности ГПУ «Беловежская пуца». • Привлечение нового туристического сегмента: люди испытывающие боязнь остаться одним (животные «оказывают эмоциональную поддержку»)
<i>Совершенствование инфраструктуры предприятий питания</i>	
Внедрение системы питания «от фермы к столу» в предприятие питания	<ul style="list-style-type: none"> • Сохранение эко-ферм для новых поколений. • Пропагандирование правильного питания органическими продуктами. • Повышение привлекательности парка.
Внедрение единой облачной системы для предприятий питания	<ul style="list-style-type: none"> • Возможность онлайн-бронирования столиков и совершения предзаказа. • Создание единого пространства для управления предприятиями питания. • Оплата через системы Apple Pay и Google Pay.
<i>Совершенствование прочих единиц инфраструктуры</i>	
Оборудование указателей и карт парка системой QR-кодов	<ul style="list-style-type: none"> • Оптимизация GPS систем. • Дополнительный источник информации. • Улучшение пользовательского опыта.

Источник: составлено авторами.

Создание и совершенствование системы управления и информирования являются неотъемлемой частью успешного маркетинга национального парка. Предложения, сформулированные в таблице 2, а именно: создание лендинг-пейдж, необходимо для сегментации целевой аудитории, тестирования торгового предложения, презентации новых экскурсионных программ, анонсирования мероприятий, благотворительных встреч, продвижения новых услуг и др. Согласно аналитико-статистической компании социальных сетей и веб-страниц Robsters лендинги являются намного эффективнее обычных веб-сайтов. В

среднем, у стандартного интернет-магазина, конверсия редко достигает 1%, но лендинги дают более 10% [12]. В целом, лендинги повышают эффективность веб-сайтов.

Создание благоприятных условий для развития экологического туризма для туристов с ограниченными возможностями, а именно: адаптация инфраструктуры для инклюзивных туристов, создание велотроп для инклюзивных туристов (на базе имеющихся велотроп) и внедрение тактильных (со шрифтом Брайля) карт, брошюр, буклетов. Развитие экологического туризма для людей с ограниченными возможностями обеспечивает двигательную активность, что имеет большое значение в онтогенезе. Ограничения двигательной активности снижают жизненные возможности, служат причиной угнетения, уныния, стресса, неуверенности. Через организацию двигательной активности туризм осуществляет терапию и профилактику психосоматических заболеваний и поддерживает физическое здоровье.

Для диверсификации предложения предлагается постройка глемпинга. Данное средство размещения имеет явный потенциал развития, что подтверждают результаты исследования, проведенного компанией Booking.com. Так, проанализировав более 163 миллионов отзывов гостей и проведя исследование среди 21 500 путешественников из 29 стран, было выявлено, что почти для 60% опрошенных впечатления оказались важнее материальных благ [1]. Данные свидетельствуют о том, что рост интереса к необычным вариантам проживания может гарантировать успех у путешественников даже при непродолжительном отдыхе.

Рекомендации по внедрению инноваций в предприятия питания направлены на современные подходы в развитии ресторанного бизнеса. Согласно данным исследований Национальной ассоциации ресторанного бизнеса:

- 71% посетителей заведений важна возможность заказа на вынос.
- 52% гостей ожидают в ресторане бесплатный Wi-Fi.
- 47% людей рассчитывают, что в заведении можно сделать предзаказ по телефону/интернету.
- 78% ищут меню заведения в интернете.
- 32% уже платят через Apple Pay и Google Pay [9].

Данные исследований свидетельствуют об ориентации клиентов на технологичность. Поэтому создание единой облачной системы для предприятий питания Национального парка удовлетворит сразу несколько основных потребностей современных туристов: электронное

бронирование, просмотр электронного меню, возможность оформления предзаказов и произведение оплата через системы Apple Pay и Google Pay.

Система питания «от фермы к столу» – одна из последних тенденций современного ресторанного бизнеса. С помощью такой инновации будет привлечена рабочая сила близлежащего местного населения. Новой тенденцией в питании «от фермы к столу» является индивидуальное земледелие с целью определения, какие семена высаживать для разработки нового меню. Данная идея поможет культивировать новый тип отношений внутри сообщества, сохранить небольшие эко-фермы для новых поколений и поддерживать систему здорового органического питания.

В ходе анализа туристической инфраструктуры НП «Нарочанский» были выявлены слабые стороны в их функционировании: ограниченный выбор предприятий питания (лобби-бар, кафе, ресторан), отсутствие уникальных средств размещения способных привлечь новые сегменты туристов, недостаточная укомплектованность специальным оборудованием для людей с ограниченными возможностями, отсутствие рекламных лендинг-пейдж, отсутствие комплексных навигационных систем.

На основании анализа недостатков в развитии туристической инфраструктуры национального парка «Нарочанский» предлагается ряд рекомендаций, отраженных в таблице 3.

Таблица 3 – Предложения по повышению туристической привлекательности НП «Нарочанский»

Предложение	Ожидаемый результат
<i>Создание и совершенствование системы управления и информирования</i>	
Модернизация веб-сайта НП «Нарочанский»	<ul style="list-style-type: none"> • Создание новой информационной среды. • Продвижение и маркетинг Национального парка. • Повышение спроса на услуги парка. • Увеличение туристического потока. • Увеличение прибыли парка.
Создание лендинг-пейдж с уникальным предложением для туристов	<ul style="list-style-type: none"> • Привлечение большего числа внутренних и международных туристов. • Увеличение прибыли парка. • Возможность онлайн-бронирования услуг.
Создание мобильной навигационной системы	<ul style="list-style-type: none"> • Интерактивный поисковик маршрутов и событий. • Улучшение пользовательского опыта. • Косвенное развитие спроса на услуги вторичных туристических организаций.
<i>Создание благоприятных условий для туристов с ограниченными возможност</i>	

Адаптация парка редких растений, дендрологического сада и природного комплекса «Голубые озёра» под особенности инклюзивных туристов	<ul style="list-style-type: none"> • Создание безбарьерного пространства для людей с ограниченными возможностями. • Развитие экологического туризма для инклюзивных туристов. • Улучшение пользовательского опыта инклюзивных туристов.
Внедрение тактильных (со шрифтом Брайля) карт, брошюр, буклетов изготовление навигационных табличек в парке с нанесением QR-кодов	<ul style="list-style-type: none"> • Расширение туристических возможностей для людей со слуховыми отклонениями. • Повышение привлекательности парка.
Адаптация инфраструктуры под особенности инклюзивных туристов: оборудование пандусами и специальными лифтами, модернизация обустройства номеров	<ul style="list-style-type: none"> • Создание безбарьерного пространства для людей с ограниченными возможностями. • Улучшение пользовательского опыта инклюзивных туристов.
<i>Совершенствование гостиничной инфраструктуры</i>	
Строительство нового средства размещения «Флотель» на оз.Нарочь	<ul style="list-style-type: none"> • Диверсификация предложения. • Повышение привлекательности парка. • Создание новых рабочих мест. • Создание возможностей для получения нового туристического опыта. • Проживание в плавательном судне. • Увеличение туристического потока. • Увеличение прибыли парка. • Создание возможности для гостей флотеля отправиться в экскурсионный маршрут по реке.
<i>Совершенствование инфраструктуры предприятий питания</i>	
Ресторан на воде (как часть инфраструктуры флотеля)	<ul style="list-style-type: none"> • Диверсификация предложения. • Создание возможности для получения нового туристического опыта. • Создание рабочих мест для местного населения.
<i>Совершенствование прочих единиц инфраструктуры</i>	
Создание и оборудование велотропы	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение привлекательности парка. • Диверсификация предложения. • Расширение возможностей для отдыха. • Увеличение туристического потока. • Содействие развитию экотуризма.
Оборудование указателей и карт парка системой QR-кодов	<ul style="list-style-type: none"> • Оптимизация GPS систем. • Дополнительный источник информации. • Улучшение пользовательского опыта.

Источник: составлено авторами.

Реализация мероприятий, сформулированных в таблице 3, по созданию и совершенствованию системы управления и информирования напрямую повлияют на увеличение туристических потоков и оптимизацию работы туристического отдела национального парка. Модернизация веб-сайта НП «Нарочанский», создание лендинг-пейдж с уникальным предложением для туристов и создание мобильной навигационной системы решат ряд задач, соответствующих государственной программе развития курортной зоны Нарочанского края.

Для большего комфорта посетителей с ограниченными возможностями предлагается адаптировать инфраструктуру парка редких растений, дендрологического сада, природного комплекса «Голубые озёра» (внедрение тактильных карт, брошюр, буклетов; изготовление навигационных табличек в парке с нанесением QR-кодов; оборудование пандусами и специальными лифтами; модернизация обустройства номеров).

Для совершенствования гостиничной инфраструктуры предлагается строительство и обустройство необычного средства размещения – флотель, курсирующий по озеру Нарочь, либо зафрахтованный у берега. Рекомендации по внедрению инноваций в предприятия питания базируются на современных подходах в развитии ресторанного бизнеса. Например, создание ресторана на воде на борту флотеля повысит туристический интерес, диверсифицирует предложение что повлияет на увеличение доходов национального парка.

В ходе анализа туристической инфраструктуры в НП «Припятский» были выявлены недостатки, в частности: ограниченный выбор предприятий питания (один ресторан), отсутствие уникальных средств размещения способных привлекать новые сегменты туристов, недостаточная укомплектованность специальным оборудованием для людей с ограниченными возможностями, отсутствие рекламных лендинг-пейдж. На основании проведенного анализа предлагается ряд рекомендаций, отраженных в таблице 4.

Таблица 4 – Предложения по повышению туристической привлекательности НП «Припятский»

Предложение	Ожидаемый результат
<i>Создание и совершенствование системы управления и информирования</i>	
Создание лендинг-пейдж с уникальным предложением для туристов	<ul style="list-style-type: none"> • Привлечение большего числа внутренних и международных туристов. • Увеличение прибыли ГПУ НП «Припятский». • Возможность онлайн-бронирования услуг.

Создание мобильной навигационной системы	<ul style="list-style-type: none"> • Интерактивный поисковик маршрутов и событий. • Улучшение пользовательского опыта. • Косвенное развитие спроса на услуги вторичных туристических организаций.
<i>Совершенствование гостиничной инфраструктуры</i>	
Строительство нового средства размещения «Лоджи»	<ul style="list-style-type: none"> • Диверсификация предложения. • Повышение привлекательности парка. • Увеличение туристического потока. • Увеличение прибыли НП «Припятский». • Создание возможностей для получения нового туристического опыта. • Экологизация средств размещения за счет использования эко-материалов при строительстве.
<i>Совершенствование инфраструктуры предприятий питания</i>	
Строительство «Food Court»	<ul style="list-style-type: none"> • Решение проблемы ограниченного предложения предприятий питания. • Диверсификация предложения. • Увеличение туристического потока.
<i>Совершенствование прочих единиц инфраструктуры</i>	
Оборудование указателей и карт парка системой QR-кодов	<ul style="list-style-type: none"> • Оптимизация GPS систем. • Дополнительный источник информации. • Улучшение пользовательского опыта.

Источник: составлено авторами.

Мероприятия, сформулированные в таблице 4, в целом направлены на повышение диверсификации предложения. Рекомендуется внедрение инноваций в инфраструктуру размещения. Богатое природное наследие НП «Припятский» привлекает экотуристов, любознательность и интерес которых основан на наблюдениях за дикой природой. В связи с этим, предлагается внедрение нового средства размещения – лодж (особый тип отелей, который, как правило, располагается на территории ООПТ, на лоне дикой природы), которое направлено на экологизацию за счет использования эко-материалов при строительстве. Данное предложение создаст возможность для получения нового туристического опыта и притока денежных средств.

Инфраструктура питания в НП «Припятский» включает только 1 объект – ресторан «Над Припятью». В связи с этим необходимо дополнить существующую инфраструктуру комплексом «Food Court», который включает различные предприятия питания. С одной стороны, «Food Court» повлияет на увеличение диверсификации предложений, с другой стороны, для предприятий питания это возможность заявить о себе и расширяться, не приобретая отдельных помещений, что повысит узнаваемость бренда и привлечет новых посетителей.

Совершенствование прочих единиц инфраструктуры может быть представлено во внедрении системы QR-кодов на придорожных указателях и картах парка, которые сканируются с помощью фотокамеры, встроенной в телефон или планшет. Данные коды оптимизируют GPS систему и улучшают пользовательский опыт в целом. Преимуществами таких кодов являются простота и высокая скорость считывания и взаимодействия с информацией, экономия времени (не нужно вводить в браузер информацию), возможность сохранения информации на телефон.

Рекомендации по развитию и совершенствованию туристической инфраструктуры на ООПТ основаны на анализе текущего состояния инфраструктуры в национальных парках, а также на основе международного опыта развития инноваций в туризме. Основными мероприятиями по совершенствованию инфраструктуры являются: создание и улучшение системы управления и информирования; создание благоприятных условий для туристов с ограниченными возможностями; совершенствование гостиничной инфраструктуры, инфраструктуры предприятий питания, прочих единиц инфраструктуры. В целом, рекомендации по внедрению инноваций в инфраструктуру особо охраняемых природных территорий будут способствовать их комплексному развитию, созданию новых рабочих мест, повышению сезонной диверсификации предложений, повышению туристической привлекательности, что приведет к увеличению туристического потока.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Восемь трендов в сфере путешествий в 2019 году: прогноз Booking.com [Электронный ресурс]. URL: http://prohotelia.com/2018/10/booking-com-travel-trends-2019/?fbclid=IwAR3N5GfdTn6kAzCeph1QzXibkQ8KR5k1KCzo9_LHXFUqLcm1D1w1Z7Sh2wU (дата обращения: 15.04.2020).

2. Государственное природоохранное учреждение Национальный парк «Беловежская пуца» [Электронный ресурс]. URL: <https://npbp.by/> (дата доступа: 06.04.2019).

3. Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: http://www.minpriroda.gov.by/ru/new_url_1100754902-ru/ (дата обращения: 29.03.2020).

4. Мозговая О. С. Анализ зарубежного опыта развития инноваций в туристической инфраструктуре / О. С. Мозговая, А. В. Яценко // Беларусь в современном мире = Беларусь у сучасным свеце: материалы XVIII Междунар. науч. конф., Минск, 30 окт. 2019 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: В. Г. Шадурский (пред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2019. С. 341-347. [Электронный ресурс]. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/239661> (дата обращения: 29.03.2020).

5. Национальный парк «Браславские озёра» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.braslavpark.by/> (дата обращения: 11.04.2019).

6. Национальный парк «Нарочанский» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://narochpark.by/> (дата обращения: 12.04.2020).
7. Национальный статистический комитет РБ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belstat.gov.by/> (дата обращения: 29.03.2020).
8. Национальный парк «Прыпяцкі» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.npp.by/> (дата обращения: 08.04.2020).
9. Ресторанные технотренды 2019 [Электронный ресурс]. URL: <https://joinposter.com/post/restaurant-tech-trends> (дата обращения: 12.04.2020).
10. Статистический сборник «Туризм и туристические ресурсы в РБ» 2018 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belstat.gov.by/> (дата обращения: 29.03.2020).
11. Статистический сборник «Охрана окружающей среды» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belstat.gov.by/> (дата обращения: 29.03.2020).
12. Эффективность лендинг-пейдж [Электронный ресурс]. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2017/11/15/zachem-nuzhen-landing-page-esli-u-vas-uzhe-est-obychnyj-sajt/> (дата обращения: 20.04.2020).

ЭТНОМИКОЛОГИЯ И ФУНГОТЕРАПИЯ: ПУТИ ПРИМЕНЕНИЯ В АГРОЭКОТУРИЗМЕ

Морозов Д. В.

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Республика Беларусь,
dzmitry_marozau@yahoo.com*

В статье рассмотрены новые тенденции в научной и научно-популярной сферах по отношению к использованию грибов. Дан краткий обзор публикаций по темам этномикологии и фунготерапии на русском и на английском языках. Рассмотрены результаты исследований белорусских учёных по отражению темы грибов в традиционной культуре (мифологии и кулинарии). Изучены зарубежные примеры проведения «грибных туров» на объектах сельского и экологического туризма. Сформулированы возможные подходы к применению сведений этномикологии и фунготерапии в деятельности белорусских сельских усадеб.

Ключевые слова: этномикология; фунготерапия; мифологический туризм; грибы; сельский туризм; экологический туризм; этнотуризм.

ETHNOMICODOLOGY AND FUNGOTHERAPY: WAYS OF USE IN RURAL TOURISM

Marozau Dz. V.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, dzmitry_marozau@yahoo.com*

The article discusses new trends in scientific and popular science areas in relation to the use of mushrooms. A brief review of publications on the topics of ethnomycology and fungotherapy in Russian and in English is given. The results of studies of Belarusian scientists on the reflection of the theme of mushrooms in traditional culture (mythology and cooking) are considered. Studied foreign examples of carrying out «mushroom tours» on objects of rural and ecological tourism. Possible approaches to the application of information from ethnomycology and fungotherapy in the activities of Belarusian rural estates are formulated.

Keywords: ethnomycology; fungotherapy; mythological tourism; mushrooms; rural tourism; ecological tourism; ethnotourism.

Популярность сбора ягод и грибов среди услуг, которые предлагают отечественные агроусадьбы, широко известна и позволяет привлечь как внутренних, так и иностранных гостей [1, с. 123]. Многие жители Беларуси и других восточно-европейских стран традиционно хорошо относятся к данному занятию, однако горожане зачастую знают всего несколько видов этих удивительных организмов и при самостоятельном сборе благоразумно придерживаются принципа «не собирай в лесу незнакомые грибы». Стоит отметить, что в странах Западной Европы и США автору часто приходилось слышать в разговорах с местными жителями то, что они обыкновенно следуют более строгому императиву – «не собирай грибы в лесу», предпочитая приобретать их в продовольственных магазинах. Однако именно в США «грибные туры» в коммерческом формате стали заметным элементом сельского и экологического туризма.

В случаях совместного сбора съедобных грибов с опытным специалистом отношение людей к ним меняется. Белорусские агротуристы охотно знакомятся с новыми видами полезных грибов и методами их приготовления, а западные гости сельских усадеб в принципе открывают для себя нечто неизвестное. Страх отступает, а любопытство и желание получить новые навыки, которые можно будет применять самостоятельно в дальнейшем, делают своё дело. При этом стоит отметить, что очень редко хозяева агроусадьб могут рассказать аутентичные легенды и региональные рецепты блюд и лекарств из грибов, характерные для конкретной местности, либо в целом для традиционной культуры. Расширить багаж знаний хозяев для последующей работы с туристами могут помочь такие набирающие в последние годы популярность дисциплины как фунготерпия и этномикология. Им можно дать следующие определения:

Фунготерапия – лечение различных человеческих заболеваний, основанное на использовании лекарственных грибов и изготовленных из них препаратов [2, с. 4].

Этномикология – дисциплина смежная этнографии, археологии и микологии, которая занимается изучением исторического развития практик, обрядов, верований и фольклорных отпечатков, связанных с грибами. Зародилась в начале XX века в США, благодаря работам супругов Роберта и Веры Уоссон [3, с. 133].

В случае с фунготерапией следует действовать чрезвычайно осторожно и воздерживаться от каких-либо практических советов гостям. Однако в целом о возрастающем росте интереса крупных фармакологических концернов к применению грибов для изготовления разнообразных лекарственных средств информировать туристов стоит. Данной теме посвящены многочисленные зарубежные научные публикации, а также научно-популярные книги и видео-лекции на YouTube канале учёного-миколога, кандидата биологических наук М. В. Вишневого [4, 5]. Набирают популярность лекарства и биологически активные добавки, произведённые из грибов [6, 7]. Особенно заметен спрос на чагу [8], которую, однако, следует очень осторожно собирать в Беларуси, так как ей свойственно накапливать радионуклиды более, чем другим видам грибов.

Наиболее развита традиционная фунготерапия в Китае, что делает перспективным использование грибов в качестве брэнда для привлечения гостей из этой страны на белорусские агроусадьбы. Так, по мнению Гун Цзяцзя – советника-посланника по культуре посольства КНР в соседней Российской Федерации, после пандемии китайских туристов в Россию привлекут именно эко- и агротуризм, в частности самостоятельный сбор экологически чистых грибов [9].

Значительное количество зарубежных исследований на английском и русском языке посвящены мухоморам, которые так часто встречаются в белорусских лесах. В частности, стоит отметить труды американских ученых Роберта и Веры Уоссон «Грибы, Россия и история» [10], К. Финей «Мухомор: история, фармакология, мифология и исследования» [11], а также П. Стемеца «Фантастические грибы: расширение сознания, альтернативное лечение, воздействие на окружающую среду» [12]. Содержащаяся в них информация вполне может использоваться в работе с туристами в Беларуси.

На данный момент в отечественной историографии отсутствуют комплексные исследования традиционных методик использования грибов в лечебных целях, однако разрозненные примеры таких практик встречаются достаточно часто. Так, например, родного дедушку автора в 1983 г. лечили от туберкулёза на территории Западного Полесья по традиционной рецептуре д. Ольшаны Столинского района, спиртовой настойкой на бледных поганках. Лечение прошло успешно. В

туристических целях подобные примеры можно использовать исключительно в виде историй, но никак не рекомендаций к действиям.

В применении этномикологических знаний при работе с гостями рисков значительно меньше, чем при практиках фунготерпии, однако есть сложности со сбором сведений о белорусских мифах и легендах, связанных с грибами. Они чрезвычайно скудны и записаны в обобщенной форме весьма поздно. Согласно белорусскому народному объяснению происхождения грибов, оно связано с персонажами христианской традиции. Когда-то очень давно, когда Христос и Петр ходили по земле и Петр носил в сумке еду, случилось следующее: голодный Петр незаметно отломал кусочек хлеба, положил себе в рот, но не успел проглотить, как к нему обратился Христос с вопросом, что ещё хорошее можно сделать для людей. Растерявшийся Петр выплюнул хлеб и из него начали расти грибы [13, с. 127].

В традициях различных народов грибы были объектом мифологического «исследования». Особенность их природы (ни растение, ни животное), их питательные и отравляющие свойства, а также галлюциногенность отдельных видов всегда привлекали к себе внимание человека. В них видели черты, которые сближают их как с небесными, так и с подземными силами. Так, у некоторых народов Индии, Ирана и у славян считается, что грибы растут от грома, а не от дождя, что проявляется в ряде отдельных видов грибов (напр. рус. громовик, слов. *molnjena goba* и др.). Вместе с тем возникновение грибов часто связывают или с плевком Бога, или с божественными выделениями, вытрясенными на землю насекомыми-паразитами, словом, чем-то отброшенным божеством. По мнению У. М. Топорова, грибы включены в триаду «жизнь – смерть – плодородие», которая дублируется пространственными перемещениями объектов мифа [14, с. 336].

В белорусской традиционной культуре грибы закономерно соотносятся с низом, землёй, хтоническими существами, что отражалось уже на уровне названий. Так, неизвестные грибы назывались «вужовікі», «жабськы грыбы», «мышакі», «мышыныя грыбы», «гадючки», «жабіўкі». Также и в повериях, если на праздник Воздвижения Креста Господня (Православие — 14 (27) сентября или же 14 сентября по григорианскому календарю; Католицизм — 14 сентября) принести в дом грибы, «будэ у хаты вуж того дня». Вместе с тем грибы отражают и устойчивое отношение к верхней сфере, к небу. Считалось, что если увидеть во сне грибы, то это предвещало дождь [15, с. 132].

У. М. Топоров выдвигал гипотезу о соотношении грибов с небесными явлениями. Учёный писал, что возможна связь грибов с той частью так называемого основного мифа, которая заключается в

наказании Громовержцем своих детей, сбрасыванием их с неба и превращением в насекомых, либо хтонических существ. Гроза и выступает моментом спора и наказания. Грибы могли выступать и как следствие трансформации наказания детей. В контексте соотношения грибы-дети существуют выразительные белорусские пословицы: «Дзетак узгадаваць, не грыбкоў назбіраць»; «Дзе дубы, там і грыбы» (про схожесть детей со своими родителями).

Как следует из белорусских поговорок, грибы, также как и их символический аналог – человек, – существа социальные. Их сообществам, равно как и человеческим, присущи иерархические отношения. Главные позиции отведены боровику: «Баравік усім грыбам палкавік», «Грыбы на бок – баравік едзе», «Калі найшоў баравікі, то лісічак не бяры». Интересно, что грибы, как и люди, могут даже воевать, между собой, а также и с человеком. Сюжет про войну грибов отражен в песне с таким началом: «Як задумаў стары грыб, // Да пад дубам седзячы, // На ўсіх грыбоў гледзячы, // Зваць грыбы на вайну» [15, с. 132].

Символика грибов во снах в основном опирается на народно-этимологические связи: «Губа – то згуба»; «Грыбы браць – нядобра, хоць якая хвароба, да ўсё паплачаш: і што луччыя грыбы бярэш, добрыя (баравікі), дак хужай гора». В разных интерпретациях приснившиеся грибы могли символизировать как доход, так и потери [15, с. 133].

В целом, тема грибов пока что мало разработана в белорусской мифологии и однозначно заслуживает отдельной исследовательской программы, однако уже имеющие отечественные научные публикации, а также иностранные материалы по теме этномикологии могут послужить достаточной базой для составления увлекательных информационных блоков для работы с туристами на сельских усадьбах.

В социальных сетях и на различных интернет-страницах часто встречаются не подкреплённые ссылками на источники сведения о белорусских традициях и мифах, связанных с грибами, однако доверять такой информации во время подготовки программ для работы с гостями усадеб не стоит. Как и в случае описанных Д.В. Скворчевским проблем с развитием мифологического туризма, следует избегать использования непроверенных материалов, а также современного мифотворчества, когда заинтересованные лица самостоятельно придумывают новые сюжеты для развлечения гостей [16, с. 44].

В Российской Федерации изучением и преподаванием этномикологии уже занялся ведущий ВУЗ страны. В 2015 г. на Биологическом факультете Московского государственного университета Е.Ю. Ворониной был разработан учебный курс «Этномикология: грибы и человечество из глубины веков до наших дней» [17]. Увеличение

количества научных публикаций на данную тему свидетельствует о её актуальности. Все эти материалы можно успешно использовать для формирования информационных блоков при работе с туристами в рамках сельских и экологических экскурсионных программ.

С целью разработки туристических квестов, для прохождения туристами на агроусадебках, экологических тропах и просто в лесу, можно использовать названия грибов на белорусском языке в сочетании со сведениями о времени их сбора и свойствами. В качестве рабочих материалов можно использовать серию научно-популярных публикаций на белорусскоязычной версии информационного портала «Sputnik» [18, 19].

Очевидны и кулинарные пути применения сведений этномикологии в агротуризме. На фоне роста интереса к здоровому питанию и сокращению в рационе мяса в разных странах фиксируется рост интереса к расширению применения грибов в индустрии питания. Этой теме посвящены современные исследования российских учёных Ф.А. Задорожного и С.В. Куленко. В том числе авторы рассматривают необычный аспект влияния грибов на интеллектуально-творческую элиту Западной цивилизации. В белорусской историографии, тема использования грибов в традиционной системе питания проработана весьма хорошо и может непосредственно использоваться в деятельности сельских усадеб [3].

Популярность грибов в белорусской традиционной кулинарии была обусловлена также и тем, что они считались постной пищей. Рассматривая роль грибов в культуре питания белорусов, необходимо выделить исследования профессора Т.А. Новогродского. Согласно их результатам для белорусской народной кулинарии XIX – нач. XX в. было характерно широкое использование разных видов грибов, полученных в результате собирательства. Грибы употребляли отварными, жареными, тушёными, маринованными, солёными. Но наиболее популярны были сушёные грибы – белые, подберёзовики, подосиновики, рыжики, валуи (бычки) и т. д. Они использовались для приправы первых блюд (супов, щей, юшки и др.), их добавляли в тушёный картофель и мясные блюда, из рыжиков делали масло для соусов. Грибы значительно дополняли пищевой рацион не только в период их непосредственного роста, но и благодаря освоению таких кулинарных способов, как соление, сушка, маринование на протяжении года. Например, на сочельник, их часто добавляли в борщ, употребляли в качестве начинки для пирожков («в ушки»), налистников, а также жарили как самостоятельное блюдо [20, с. 60].

Сушили грибы у тёплой печи на жести, устланной соломой, после выпечки хлеба. Когда сразу они не высыхали, процесс повторялся несколько раз. Потом грибы нанизывали на нити и связывали в венки. Перед использованием их вымачивали в течение двенадцати и более часов в воде. Сушили в тени. Если перед употреблением их вымачивали в молоке, то они почти не отличались от свежих. Когда грибы разбухали и размякали, их, как и свежие, варили в той же воде, где они мокли. После того, как вода выпаривалась, грибы тушили, добавив сливочное масло или сметану. На белорусско-литовском пограничье из сушёных грибов делали котлеты, для чего их после вымачивания и отварки пропускали через мясорубку [20, с. 60].

Для белорусской кухни характерно использование грибного порошка. После просушки в печи грибы толкли до порошкообразной массы, засыпали в бутылки, закупоривали и держали в сухом месте. Таким грибным порошком было очень выгодно заправлять блюда, так как для этого расходовалось намного менее грибов, чем тогда, когда для приправы использовали целые сушёные грибы. Грибной порошок засыпали в первые блюда (юшку, щи), добавляли в тушёные овощи и мясные блюда [20, с. 60].

Известны разнообразные способы соления и маринования грибов. В материалах знаменитой кулинарной книги «Літоўская гаспадыня», упоминается ряд рецептов соления рыжиков, груздей, белых грибов, шампиньонов. Например, при солении рыжиков, их не мыли, а только утирали и складывали в кадушку шапочками вверх. Каждый ряд пересыпали солью, прижимали крышкой и камнем. Когда грибы оседали, добавляли свежие. Перекладывали их также нарезанным луком и небольшим количеством перца. В таком случае они получались более вкусными, но темнели и уже не были красными [21, с. 162–165].

Аналогичным образом засаливали грузди, шампиньоны. Для соления белых грибов использовалась более сложная технология. Их сначала отваривали, затем выкладывали на решето и поливали холодной водой, пока они не остывали. Потом грибы просушивали и выкладывали в стеклянной посуде так, как они росли, пересыпая каждый ряд солью, и прижимали крышкой и камнем. Когда грибы опадали, добавляли свежие, а затем заливали сверху истопленным, но негорячим жиром. Посуду обвязывали пузырём и держали в сухом холодном месте. Перед употреблением (за час) солёные грибы вымачивали в холодной воде. Чем дольше грибы хранились, тем дольше их нужно было вымачивать. Когда такие грибы промывали два раза – перед и после вымачивания, – то не было даже и следа того, что их солили: они были похожие на свежие [20, с. 61].

Материалы этнографических экспедиций дают и примеры поджарки: жареные грибы были частым блюдом на столе белорусов. Обобранные и промытые, они отваривались и затем жарились на сковороде с салом, жиром, сливочным или растительным. В деревне Семежево Копыльского района на Коляды даже коптили грибы. Из сушёных грибов на белорусско-литовском пограничье (д. Гервяты Островецкого района) делали котлеты. Белорусской народной кулинарии известен способ хранения жареных грибов. Например, молодые, хорошо обсушенные рыжики жарили на сковороде с большим количеством масла. Потом остужали, раскладывали в стеклянные банки или горшки так, как они росли, шапочками вверх, и заливали тем самым маслом, в котором они жарились (приблизительно три или четыре пальца над грибами). Посуду, хорошо обвязанную пузырём, держали в сухом и холодном месте. Такие рыжики были очень вкусными, в особенности, когда их поджаривали ещё раз и подавали как гарнир до мясных блюд [20, с. 61].

Среди белорусских агроусадоб, безусловно, есть те, кто успешно использует грибную тематику при работе с туристами. Они уже могут служить успешными примерами для других хозяев, а также источниками информации для подготовки специализированных методичек, разработки квестбуков¹, а также научных статей. В качестве примера можно привести усадьбу «Лесная» в д. Белая Каменецкого района. Усадьба находится непосредственно на территории Беловежской пуши, и практикует не только приготовление блюд из грибов, но и сезонные «грибные туры», с возможностью отыскать и чрезвычайно редкие виды, в том числе, популярную в фунготерапии весёлку. Хозяйка усадьбы Н. Земляник отмечает, что оптимальное количество людей в группах для таких программ составляет 3-8 человек. Все желающие могут приобрести после экскурсии экопродукцию произведенную здесь же: сушёные грибы и ягоды, травяные сборы, варенье из шишек и многое другое. Хозяйка отмечает, что на данный момент конкуренция в данном сегменте практически отсутствует, хотя спрос на такие товары высокий [22].

В США на рынке услуг экологического туризма представлено множество сборных и заказных обучающих экскурсий по сбору грибов в разных частях страны. Часто их проводят члены специализированных ассоциаций, либо независимые гиды. На этом фоне следует выделить предложение исследовательской лаборатории, а по совместительству – центра сельского и экологического туризма «Mushroom Mountain» в Южной Каролине, который специализируется именно на микологии и

¹ **Квестбук** – печатное либо цифровое издание, которое сочетает в себе элементы путеводителя и квеста. **Квест** – интерактивная игра с сюжетной линией, которая заключается в решении различных головоломок и логических заданий.

фунготерапии. «Mushroom Mountain» возникла в 1996 г. во Флориде, как прототип фермы будущего, но лишь в 2005 г. основатели Трэдд Коттер и Ольга Катич начали разработку того, что впоследствии стало самым крупным частным исследовательским микологическим центром США. С целью расширения ферму переместили в северную часть штата Южная Каролина. После переезда «Mushroom Mountain» превратилась в лабораторию и исследовательский центр мирового класса, занимающий площадь более 50 000 кв. футов крытого пространства для выращивания, микромедиации (экосистемные услуги, предоставляемые грибами) и проведения медицинских исследовательских проектов. Лаборатория была построена в соответствии со стандартами американских государственных агентств и содержит более 200 видов грибов, характерных восточной части США [23].

Коллектив «Mushroom Mountain» разрабатывает продукты питания, системы для фильтрации воды, создает прототипы для открытия новых антибиотиков, выделяет целевые микопестициды для замены химических пестицидов против вредных насекомых и реализует многие другие проекты, в которых используются грибы, чтобы гармонизировать сосуществование человека с природой [23].

Ферма стала популярным местом экотуризма для всех, кто интересуется удивительным миром грибов. Рядом с ней проложена специализированная грибная тропа. В ближайшем будущем планируется организовать дополнительное открытое пространство для демонстрации плодоношения грибов, систематизированных по родам и видам, для эффективной демонстрации группам посетителей. Экскурсии проводятся как по расписанию, так и для заказных групп составом до 30 человек, а также индивидуальных посетителей. Центр является показательным примером эволюции небольшого частного проекта в крупную инновационную компанию, которая уловила перспективную тенденцию для своего развития [23].

Таким образом, можно утверждать, что в Беларуси уже есть условия для дальнейшего расширения сферы применения наработок этномикологии и фунготерапии в сельском туризме: в качестве обеспечения адекватного информационного сопровождения во время проведения «грибных туров», в рамках организации питания на усадьбах, а также при подготовке экопродукции в качестве сувениров. Важно реализовывать дальнейшие исследования по изучению и интерпретации белорусских этнографических материалов касательно традиционных методик работы с грибами, а также связанными с ними мифологическими аспектами, так как накопленные на текущий момент сведения очевидно не являются исчерпывающими.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Морозов, Д. В., Фридриксон Т. Белорусское этнокультурное наследие в турах для исландских туристов: пути применения, опыт, перспективы / Д. В. Морозов, Т. Фридриксон // Этнокультурное наследие Беларуси в XXI веке : материалы международной научно-практической конференции, Минск, 18 июня 2021 г., / БГУ, Исторический фак., Каф. этнологии, музеологии и истории искусств ; [редкол.: Т. А. Новгородский, И. В. Олюнина (отв. ред.) и др.]. Минск : БГУ, 2021. С. 122–127.
2. Филиппова, И. Большая иллюстрированная энциклопедия. Лечебные грибы. Фунготерапия / И. Филиппова – Вильнюс.: УАВ «Bestiary». 2013. – 120 с.
3. Задорожний, Ф.А., Куленко, С.В. Культура питания в Западной цивилизации и её влияние на интеллектуально-творческую элиту (микологический аспект) / Ф.А. Задорожний, С.В. Куленко // Наука и социум: материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (13 мая 2020 г.) / отв. ред. Е.Л. Сорокина. – Новосибирск: Изд-во АНО ДПО «СИППИСПР», 2020. С. 132-137.
4. Вишневский, М.В. Этномикология, мухоморы, грибы в мифах и культуре народов / М.В. Вишневский [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ilqslTnAlK8&t=1426s> (дата обращения: 10.11.2021).
5. Личный сайт Михаила Вишневского [Электронный ресурс]. URL: <https://mikhailvishnevsky.com/> (дата обращения: 18.11.2021).
6. Современная фунготерапия и грибная аптека [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PVoUL5b12F0&t=164s> (дата обращения: 10.11.2021).
7. Грибная аптека [Электронный ресурс]. URL: <https://fungiline.com> (дата обращения: 10.11.2021).
8. Вишневский, М.В. Чага. Звездный час. Современные сведения об уникальном российском грибе. / М.В. Вишневский. М.: Проспект, 2021. – 128 с.
9. Китайские туристы приедут в Россию собирать грибы / «Ассоциация туроператоров» [Электронный ресурс]. URL: atorus.ru/news/press-centre/new/57472.html (дата обращения: 29.10.2021).
10. Уоссон, Р. Г., Уоссон, В.П. Грибы, Россия и история. М.: БИО-Пресс, 2020. – 464 с.
11. Feeney, K. Fly Agaric: A Compendium of History, Pharmacology, Mythology, & Exploration / K. Feeney. – Fly Agaric Press, 2020. – 508 p.
12. Stamets, P. Fantastic Fungi: Expanding Consciousness, Alternative Healing, Environmental Impact / P. Stamets. – Earth Aware Editions, 2019. – 184 p.
13. Беларуская міфалогія: Энцыклапед. слоўн. / С.Санько [і інш.]; склад. І.Клімковіч. – 2-ое выд. дап. Мн.: Беларусь, 2006. – 599 с.
14. Топоров, В.Н. Грибы / В.Н. Топоров // Мифы народов мира. Т. 1. М.: Советская Энциклопедия, 1991. С. 335-336.
15. Міфалогія беларусаў: Энцыклапед. слоўн. / С.Санько [і інш.]; склад. І.Клімковіч. Мн.: Беларусь, 2011. – 607 с.
16. Скворчевский, Д.В. Мифологический туризм в Беларуси: идеи и практика / Д.В. Скворчевский // Материалы первой международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты», г. Минск, 28 сентября 2021 г. Минск: А. Н. Вараксин, 2021. С. 40-46.

17. Воронина, Е.Ю. Этномикология: грибы и человечество из глубины веков до наших дней: учебный курс, материалы лекций. – Москва: МГУ имени М.В. Ломоносова, Биологический факультет, 2015. – 412 с.
18. Мятлеўская, Л. Час ісці па грыбы-падснежнікі або як звездаць глузд "у твар" [Электронны рэсурс]. URL: <https://bel.sputnik.by/20210418/Chas-sts-pa-gryby-padsnezhnk-abo-yak-zvedats-gluzd-u-tvar-1047414863.html> (дата з'яўтання: 29.11.2021).
19. Янкоўская, Л Звыклія рэчы па-беларуску: назвы грыбоў [Электронны рэсурс]. URL: <https://bel.sputnik.by/20200725/test-nazvaniya-gribov-po-belorusski-1037211791.html> (дата з'яўтання: 29.11.2021).
20. Навагродскі, Т.А. Эвалюцыя традыцый харчавання беларусаў у 19–20 стст. / Т.А. Навагродскі. – Мінск: БДУ, 2015. – 243 с.
21. Цюндзявіцкая, Г. Літоўская гаспадыня / Г. Цюндзявіцкая. Мінск: Беларусь, 2017. – 383 с.
22. Сулова, Н. Наталія Землянік: «Наших туристов мы учим собирать травы, ягоды и грибы» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wildlife.by/recreation-and-tourism/news/natalya-zemlyanik-nashikh-turistov-my-uchim-sobirat-travy-yagody-i-griby/> (дата обращения: 19.11.2021).
- Mushroom Mountain Farm Tours [Electronic resource]. URL: <https://mushroommountain.com/tours/> (date of access: 26.11.2021).

ОПЫТ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В КИТАЕ

Морозов Д. В.

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Республика Беларусь,
dzmitry_marozau@yahoo.com*

Се Цзинфу

*Белорусский государственный университет физической культуры,
пр. Победителей 105, 220020, г. Минск, Республика Беларусь, 947715735@qq.com*

В статье рассмотрены основные аспекты государственного управления и стимулирования развития сельского туризма в Китайской Народной Республике. Приведены примеры успешных практик в провинциях Юньнань и Чженцзян. Выделены китайские особенности понимая данной отрасли, а также основные цели её развития.

Ключевые слова: управление туризмом; сельский туризм в Китае; экологический туризм.

EXPERIENCE OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN CHINA

Marozau Dz. V.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus,
dzmitry_marozau@yahoo.com*

Xie Jingfu

*Belarusian State University of Physical Culture,
Pobediteley Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus,
947715735@qq.com*

The article discusses the main aspects of public administration and stimulating the development of rural tourism in the People's Republic of China. Examples of successful practices in Yunnan and Zhenjiang provinces are given. Highlighted the Chinese characteristics of understanding this industry, as well as the main goals of its development.

Keywords: tourism management; rural tourism in China; ecological tourism.

В последние годы, на фоне укрепления экономики Китайской Народной Республики (КНР), увеличения доходов представителей китайского городского среднего класса, а также реализации государственной программы построения умеренно процветающего общества, власти страны стали уделять особое внимание развитию туризма в аграрных регионах. Сельский туризм стал важным инструментом обеспечения сельских жителей дополнительными источниками дохода, а для горожан способом уйти от суеты мегаполиса, не уезжая и улетаая куда-то далеко, почувствовать ностальгические мотивы из детства.

Развитие сельского туризма также стало важным направлением для инвесторов и девелоперов, как частных, так и государственных. Так как государство определило данную отрасль туризма (в первую очередь внутреннего), как приоритетную, то в развитие туристической инфраструктуры (реставрация историко-культурных памятников, строительство гостиничных комплексов, информационных центров, музейных комплексов, чайных домов, подъездных дорог и т.д.) были направлены большие ресурсы в очень краткие сроки. В отличии от США, где развитие сельского туризма плавно шло на протяжении более 150 лет, в КНР эта отрасль оформилась в течении десятилетия.

В последнем Национальном докладе по мониторингу развития сельского туризма отмечается, что в 2017 г. в Китае досуговое сельское хозяйство и сельский туризм представлены на базе 330 000

хозяйствующих субъектов разных видов. В рамках сельского туризма состоялось 2,5 млрд поездок, что составило половину от 5 млрд. поездок на внутреннем туристическом рынке за 2017 г. В денежном эквиваленте это равняется более 1,4 трлн юаней [1, с.15].

Согласно статистическим данным за 2017 г. Всемирной туристской организации ООН (UNWTO), Китай стал четвертой страной в мире по количеству принятых зарубежных туристов – 60,7 млн. человек. В 2017 г. только префектура Дали (Дали-Байский автономный округ в знаменитой чайной провинции Юньнань) приняла 41,2 млн. чел. внутренних туристов и 1,02 зарубежных туристов. Доля Дали-Байского автономного округа в этом объеме может показаться несущественной, – зарубежных туристов всего 1,7%, но эта цифра значительно превосходит количество зарубежных туристов, принятых многими другими странами. С 2006 г. по 2017 г. количество внутренних туристов возросло в 5,5 раз, а зарубежных еще больше – в 6,5 раз. Доходы от внутреннего туризма за этот же период возросли более, чем в 5 раз, а от зарубежного почти в 11 раз. Общий доход от туризма составил в 2017 г. 64,7 млрд юаней, а это более 60 % от 106,65 млрд. юаней от общего объёма товаров и услуг, произведенных в Дали-Байском автономном округе [2, с.120].

В настоящее время сельский туризм в Китае стремительно развивается. Изучив особенности и преимущества развития сельского туризма в Китае, мы можем обобщить опыт его развития и предоставить рекомендации для других стран и регионов.

В последние годы десятки стратегий и документов по сельскому туризму, изданных центральным правительством и различными министерствами, стали важными стимулами для развития данной отрасли туризма. В 2008 г. было принято **Решение Центрального комитета Коммунистической партии Китая (ЦК КПК)** о реформировании и развитии сельских районов, которое придало новый импульс укреплению сельских институтов, развитию современного сельского хозяйства, содействию культурному развитию и социальному прогрессу в сельских районах, комплексному развитию городских и сельских районов, за счёт развития сельского туризма [3, с. 2616].

В 2007 г. **Национальное управление туризма и Министерство сельского хозяйства КНР** совместно выпустили «Уведомление об активном содействии развитию национального сельского туризма» на одиннадцатую и двенадцатую пятилетки развития туризма и сельскохозяйственной промышленности Китая. В 2016 г. документ №1 Центрального правительства «О реализации новой концепции развития и ускорении модернизации сельского хозяйства для достижения всестороннего благосостояния» предложили развивать сельский туризм в

качестве новой опорной отрасли в сельской местности и начали реализовывать соответствующую политику [4, с. 27].

В 2017 г. в директиве № 1 **Центрального правительства** подчеркивалась необходимость активного развития туристических продуктов для отдыха в сельской местности, а в тринадцатой пятилетке непосредственно предлагалось усилить руководство по планированию и содействию здоровому развитию сельского туризма [5, с. 186]. В 2018 г. Главное управление Государственного совета по продвижению регионального туризма в своем руководстве по содействию развития туризма указало, что к каждому региону необходимо относиться как к полноценной туристической дестинации. Необходимо развивать туризм как приоритетную отрасль, унифицировать методики планирования, содействовать развитию кластеров, реализовывать комплексное управление, внедрять системный маркетинг территорий, обеспечивать постоянную модернизацию инфраструктуры, повышать качество оказываемых услуг, а также выходить на международные рынки.

В октябре 2018 г. **Национальная комиссия по развитию и реформам**, Министерство культуры и туризма и 13 других ведомств совместно выпустили Программу действий по содействию развитию и повышению качества сельского туризма (2018-2020 гг.). В декабре 2018 г. Министерство культуры и туризма, совместно с семнадцатью смежными ведомствами выпустили «Руководство по содействию устойчивому развитию сельского туризма», призванное внести важный вклад в комплексное возрождение сельской местности Китая. В 2019 г. Центральная комиссия по сельскому хозяйству вновь четко указала, что необходимо активно развивать сельскую промышленность, а фермеров следует поощрять в занятии предпринимательством [1, с. 16].

В докладе XIX съезда КПК была предложена программа реализации стратегии возрождения сельских районов и сформулированы общие требования: процветающая промышленность, благоприятная экология, цивилизованная сельская местность, эффективное управление и обеспеченная жизнь. Для этого необходимо построить парки отдыха и туризма, лесные дома, базы отдыха, сельские многофункциональные гостевые дома в деревнях и малых городах с различными функциями и полным набором удобств. Национальный стратегический план возрождения сельских районов на 2018-2022 гг. предлагает реагировать на тенденцию расширения и модернизации потребления городских и сельских жителей, объединить местные ресурсы, глубоко изучить различные функции и многочисленные сильные стороны сельского хозяйства и сельских районов, такие как экологическое питание, отдых и туризм, культурный опыт и здоровая старость, чтобы сформировать

новые точки потребления и увеличить предложение сельских экологических продуктов и услуг. Особое внимание уделяется строительству современных агротуристических комплексов в наиболее живописных локациях [1, с.17].

В ноябре 2014 г. Национальная комиссия по развитию и реформам, Национальное управление туризма и семь других ведомств выпустили Уведомление о реализации проекта по развитию сельского туризма для содействия сокращению бедности. При ведущей роли правительства, рекомендуется вести разработку продуктов сельского туризма в соответствии с местными особенностями природы, культуры, промышленностью, а также и этническими обычаями жизни бедных сельских районов. Главная цель – увеличению экономического дохода местных жителей за счёт сельского туризма и достижении сокращения бедности в процессе развития сельского туризма.

Китайская модель сельского туризма с участием сельских жителей подразумевает существование фермерских кооперативов, индивидуальных хозяйств и сельских кооперативов, в которых сельские жители являются основой развития сельского туризма. Местные жители знают свои деревни лучше, чем бизнес, и могут свободно преобразовывать собственные фермы и самостоятельно реализовывать различные туристические проекты, что делает эту модель развития сельского туризма максимально устойчивой. Она в полной мере реализует основные ценности субъектов сельского туризма и позволяет посетителям ощутить оригинальный колорит местности. В то же время, создание местных туристических кооперативов-кластеров может сделать туристические ресурсы общими и приносить пользу каждому домохозяйству, и эта модель сельского туризма может лучше показать местные обычаи и колорит.

Модель развития предприятий сельского туризма в Китае подразумевает постепенное вхождение предприятий сельского туризма в локальную экономику посредством финансовой поддержки, для использования передовых технологий и применения методов управления. Предприятия в полной мере используют уникальные туристические ресурсы сельской местности для создания самобытных проектов, сочетающих экологичное сельское хозяйство, туризм и отдых. Также строятся тематические парки, для проведения культурных представлений, сочетающих сельские особенности с традиционной культурой того или иного региона [5].

Модель сельского туризма, продвигаемая правительством, относится к использованию местными властями прямых субсидий и других финансовых инструментов для оптимизации распределения городских и

сельских ресурсов, постепенной компенсации последствий внешних эффектов, при планировании и формулировании политики и механизмов поддержки развития сельского туризма, для обеспечения бесперебойной работы сельского туризма. Например, провинция Чжэцзян выпустила методическое пособие «Меры по реализации создания городов туристического стиля в провинции Чжэцзян», в котором говорится, что в течение пяти лет в провинции Чжэцзян будет построено около 100 провинциальных туристических городов, с учетом народных обычаев и природных особенностей. Государственная поддержка способствовала развитию индустрии сельского туризма, указывая направление развития индустрии сельского туризма, обеспечивая при этом институциональные гарантии.

Модель интегрированного развития сельского туризма сочетает в себе механизмы государственного управления и рыночную экономику. На ранней стадии развития индустрии сельского туризма соответствующее строительство не является совершенным. На этом этапе правительство должно поддерживать дальнейшее развитие индустрии сельского туризма, оказывая поддержку в плане финансирования, строительства инфраструктуры, планирования развития, обучения персонала, управления производством и рекламы [6].

Огромная территория Китая, разнообразные климатические условия, богатая этническая культура и обычаи, а также самобытная местная промышленность создали благоприятные условия для развития сельских туристических продуктов в Китае. Развитие продуктов сельского туризма в Китае придерживается требований «один уезд с одной характеристикой, один город с одним стилем, одна деревня с одним брендом и одной промышленностью», опираясь на природные ресурсы, сельские пейзажи, сельскую культуру, сельскую сельскохозяйственную деятельность и архитектурный ландшафт сельской местности, чтобы развивать продукты сельского туризма с местными характеристиками, которые можно разделить на следующие категории: большой гостевой дом в деревне, маленькие гостевые сельские домики, действующие фермы, гостиницы в деревне, туристические центры, сельские усадьбы, сельские живописные зоны, живописные деревни, сельские курорты, сельские туристические аттракционы, действующие предприятия агропромышленного комплекса (чайные плантации, шелковые заводы и т.д.) [8, с. 20-25]. Уникальные сельские туристические продукты, разработанные на основе местных преимуществ, являются важным средством привлечения туристов.

Для их демонстрации китайское руководство проводит крупные международные конференции, посвященные проблемам развития сельского туризма. Последняя оффлайн конференция прошла 27-30

октября 2018 г. в округе Хучжоу провинции Чжэцзян, под эгидой Туристическая ассоциация стран Азии и Тихого океана (РАТА) [9]. Округ является флагманом сельского туризма в Китае, именно оттуда когда-то начинался Великий шёлковый путь через всю Евразию. Конференция собрала участников и гостей из Азии, Океании, Европы и Африки, в том числе и представителей Республиканского союза туристической индустрии Беларуси.

Как показала конференция, восприятие сельского туризма в Китае сильно отличается от белорусского. Если в Беларуси концепция развития сельского туризма подразумевает в первую очередь сохранение культурного наследия и быта деревни, культурно-познавательный аспект, то в округе Хучжоу пошли по другому пути. С принятой в Китае точки зрения, к сельскому туризму можно относить и расположенные далеко за чертой города санатории, и загородные жилые домики, и даже реставрацию и восстановление расположенных в деревнях и малых городах исторических достопримечательностей.

Интересно, что в Хучжоу удалось почти до абсолюта довести кластерную систему: один туристический центр здесь и распределяет туристов по гостевым домикам, и организует им поездки по местным достопримечательностям. Кроме того, в основе местной концепции сельского туризма лежит главным образом принцип увеличения занятости жителей деревень и малых городов. С этой целью в живописных уголках сельского Китая при поддержке местной власти были возведены целые курортные посёлки и туристические комплексы, позволяющие гостям не только провести время на природе, но и переночевать там с комфортом.

По мнению председателя правления, РАТА Марио Харди эта концепция весьма популярна и в Китае и некоторых других странах Юго-Восточной Азии. Гостям нравится видеть подобное сочетание, когда можно пройтись по окрестностям, заглянуть на местный рынок, купить местную продукцию, а вечером, в то же время, позволить себе роскошь комфортного размещения. Гости не всегда готовы ночевать в настоящей деревне, но они ценят возможность провести день с местными жителями

Следует также отметить ряд негативных тенденций, которые проявились в Юго-Восточных провинциях Китая, на фоне стремительного развития сельского туризма и развития спутывающей инфраструктуры. Самостоятельное переоборудование жилых домов в гостиницы превратило аутентичные поселения в сплошные непрекращающиеся стройки. Почти каждая семья проявила не просто интерес к перестройке своего дома, а увидела возможность решительно изменить суть своего существования, начав новый вид предпринимательской деятельности, отказавшись от традиционных

занятий. На первом этапе данного процесса устремления местных жителей воспринимались положительно китайскими властями, так как они ожидали рост экономик сельских округов. Но вскоре такая деятельность стала восприниматься как негативная, так как изменения происходили без функциональной и композиционной согласованности, нарушая природную среду, сложившиеся ландшафты, системы озеленения. Стали появляться повторы архитектурно-художественных решений, начали исчезать уникальность застройки улиц и специфика традиционной архитектуры регионов в целом, вплоть до строительства зданий с намеренной демонстрацией именно новизны конструкций и отделочных материалов, включая явно неэкологичные решения [2, с. 121].

Появилось множество мелких гостиниц с чрезвычайно низким уровнем сервиса. Планировка традиционного жилого дома не позволяла хозяевам возможности выделить много комнат для проживания приезжих. На ночлег принимали несколько человек и организовывать для них питание было экономически невыгодно. Питание и иные услуги обычно предоставлялись в других, иногда соседних, а иногда весьма удаленных жилых домах, где создавались мелкие предприятия общественного питания, торговли, связи и др. Относительная простота трансформации жилого дома в небольшой отель, создала конкуренцию в борьбе за привлечение постояльцев, но борьба эта была ориентирована не на обеспечение качества, а на снижение цены проживания. «Гостиница в Дали» даже стала именем нарицательным в Китае, как обозначение низкого качества туристского продукта. В результате, страдали практически все отрасли народного хозяйства, не только гостиничный бизнес, но и торговля, бытовое обслуживание, местная промышленность, – в основном ремесленное производство, транспорт и др.

Правительство отреагировало на данные процессы принятием ряда административных решений. С 2012 г. администрация Дали-Байского автономного округа перестала разрешать гостиницам работать с уровнем обслуживания ниже 3 звезд. Требовательнее стали регулировать строительный процесс, в том числе перестройку объектов частной собственности, на что ранее местные власти не обращали внимания. Это позволило установить требования, сохраняющие архитектуру традиционных жилых домов и жилой застройке в целом, даже если эти здания и жилые комплексы не были внесены в списки памятников, охраняемых законом. Всех хозяев усадеб обязали соблюдать следующие правила:

- не применять примитивные планировочные, конструктивные и декоративные решения, некачественные строительные и отделочные материалы;

– обеспечивать высокое качество строительных работ;
– сохранять образы и архитектурно-конструктивные и декоративные решения традиционной архитектуры, используя местные строительные материалы;

– повышать комфорт проживания туристов за счет изменений внутренней планировки и интерьеров, инженерного оборудования, но не выносить результаты модернизации на фасады жилых домов.

Одновременно обращалось внимание жителей округа, особенно проживающих вдоль трасс туристских маршрутов и наиболее посещаемых туристами территорий, на необходимость поддержки имиджа округа, как части Китая, интересной для посещения и ознакомления с историей, бытом, культурой и искусством национальных меньшинств, а также с местным ремесленным производством [2, с. 122].

Таким образом можно подытожить, что в Китае сформировалась система сильной государственной поддержки развития сельского туризма в Китае. В 2011–2021 гг. вопросы развития сельского хозяйства, сельских районов и фермеров находились в центре внимания стратегии государственных органов управления, а сельский туризм стал рассматриваться, как важный инструмент для решения этих проблемы. Он стал тесно связан со стратегией национального развития. Национальная политика сельского туризма уделяет большое внимание земле, финансам и борьбе с бедностью, стандартизирует нормы передачи земли для туристических целей, обеспечивает грантовую и кредитную поддержку сельского туризма. Развивается система подготовки кадров, для усиления сельской инфраструктуры и строительства культурно-развлекательных объектов. Кроме того, модель развития сельского туризма в Китае объединили правительство, бизнес и местных жителей для участия в развитии и строительстве сельского туризма и получения дивидендов, которые он приносит. Наконец, сельский туризм является ядром развития региональных экономик, а также брендинга территорий, подчеркивания местных особенностей и интеграции в туристическую индустрию местной культуры.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Фавен, Ю. Переосмысление развития сельского туризма в новую эпоху / Ю. Фавен // Защита. 2019. № 47. С. 14-18. (на китайском яз.)
2. Бо, С., Юэян, Ч. Агрэкотуризм в провинции Юньнань: культура этнических меньшинств и трансформации местной экономики / С. Бо, Ч. Юэян // Агрэкотуризм – 2020: новые поколения – новые тренды : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 11 дек. 2020 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.), В. А. Клицунова, А. Н. Решетникова. Минск : БГУ, 2020. С. 119-124.

3. Чжэньфан, Х. Процесс исследования сельского туризма в Китае и тенденции развития новой эры / Х. Чжэньфан, Ч. Юанган, Ц. Вэньтун, Х. Сюэтин, Ю. Рунцзэ // 2021. № 36. С. 2615-2633. (на китайском яз.)
4. Хуангэн, Ч. Теория и практика возрождения сельского туризма / Ч. Хуангэн, С. Лянган, Ч. Тао // Пресса Китайского горно-технологического университета. 2018. №1. С. 26-54.
5. Юйцюн, Г. Отчет о развитии сельского туризма в Китае (2017) в рамках исследования креативной экономики между двумя сторонами пролива (2018) / Г. Юйцюн // Журнал школы культурной индустрии и туризма Сямэньского технологического университета. 2018. № 1. С. 185-200.
6. Линь, В. Анализ модели защиты и пути развития / В. Линь // Современный туризм. 2021. № 19. С. 40-42.
7. Чжэн, Ц. Исследование пути развития туристических талантов для улучшения сельского хозяйства и сельской экономики / Ц. Чжэн // Китайская бухгалтерия. 2021. №1. – С. 80–82.
8. Юнфу, Г. Практика продуктов для сельского туризма / Г. Юнфу, Л. Вейнинг // Издательство Китая по туризму. 2018. №1. С. 19-281.
9. Лебедев, Д.А. Китайский взгляд на сельский туризм [Электронный ресурс]. URL: <https://profi.travel/news/38609/details> (дата обращения: 19.11.2021).
10. Pacific Asia Travel Association [Electronic resource]. URL: <https://www.pata.org> (date of access: 6.12.2021).

РОЛЬ ТРАДИЦИЙ ПИТАНИЯ В РАЗВИТИИ АГРОТУРИЗМА БЕЛАРУСИ

Новгородский Т. А.

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Республика Беларусь, tadeush_minsk@mail.ru*

Рассмотрены основные структурные компоненты традиционной культуры питания белорусов. Подчеркивается влияние традиций питания на развитие агротуризма в Беларуси. Вместе с тем, агротуризм также оказывает влияние на развитие и популяризацию белорусской кухни. Обращено внимание на необходимость изучения традиций питания в различных историко-этнографических регионах Беларуси.

Ключевые слова: традиции питания; агротуризм; агроусадьбы; региональная кухня; историко-этнографические регионы.

ROLE OF FOOD TRADITIONS IN THE DEVELOPMENT OF AGROTOURISM IN BELARUS

Novogrodski T.A.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, tadeush_minsk@mail.ru*

The main structural components of the traditional food culture of Belarusians are considered. The influence of food traditions on the development of agritourism in Belarus is emphasized. At the same time, agritourism also influences the development and popularization of Belarusian cuisine. Attention is drawn to the need to study food traditions in various historical and ethnographic regions of Belarus.

Key words: food traditions; agritourism; rural estates; regional cuisine; historical and ethnographic regions.

Традиции питания являются важнейшим компонентом этнокультурного наследия. В отличие от других частей материальной культуры (например, жилища, костюма), традиции питания наиболее прочно сохраняют свою этническую специфику и в меньшей степени подвержены изменениям. Традиционная культура питания включает широкое содержание. Это не только блюда, которые готовят, но и способы и приёмы их приготовления, трапезы, застольный этикет, это обычаи, связанные с приготовлением и употреблением пищи, предметы домашней утвари и т.д. Традиции питания зависят от многих факторов, среди которых можно выделить: природно-географический; социально-экономический; историко-культурные традиции; сезонность. Традиционная культура питания связана с интенсивностью межэтнических контактов и культурного взаимодействия народов, а также с наличием и доступностью исходных сырьевых компонентов, уровнем развития навыков и знаний в области кулинарного мастерства, влиянием заимствований и т.д.

Сегодня наблюдается повышенный интерес к традиционной белорусской кухне. Показателем этого является издание кулинарных книг, однако определенный дефицит такой литературы наблюдается и в наше время. Особенно остро эта проблема стоит перед работниками кафе и ресторанов белорусской национальной кухни. Хозяева агроусадеб также стремятся готовить пищу для своих гостей на основе традиций наших предков, однако очень часто им не хватает знаний и необходимой информации. Приходится собирать сведения о традициях народного питания из различных немногочисленных источников. Материалы полевых этнографических исследований, собранные автором на

протяжении 1992 – 2021 гг. во всех регионах Беларуси, позволяют в значительной степени ликвидировать этот недостаток [1]. Сведения, записанные от пожилых информантов, на сегодняшний день являются бесценным источником по традиционной культуре питания белорусов. Материалы некоторых этнографических экспедиций были напечатаны [2].

Национальная беларуская кухня есть сумма региональных кухонь. Для каждого региона Беларуси характерна своя выработанная на протяжении столетий местная кухня, которая развивалась на основании опыта предков, впитывая всё лучшее от наших соседей, адаптируя новые продукты в питание на свой лад, что придало ей местное своеобразие и неповторимый вкус. Так, например, для Браславского региона визитной карточкой могут стать гульбишники, традиционное блюдо местных старообрядцев, которое перешло в питание местных жителей, а сегодня это блюдо может стать местным узнаваемым брендом региона. В д. Мотоль Ивановского района местным брендом является мотольская шурпа, которым сегодня угощают всех гостей во время праздников и фестивалей. В регионе Беловежской пуши популярны были разнообразные настойки на травах и ягодах (клюквенная, земляничная, рябиновая, можжевельниковая и др.). На Лепельщине, Глубоччине готовили клёцки с душами, в регионе белорусско-литовского пограничья – цепелины, на Гродненщине – пызы. На Полесье и в северо-восточных регионах Беларуси значительный удельный вес в питании местных жителей занимала рыба. Рыбу употребляли вареную, печёную на огне или в посуде в крестьянской печи, вяленую на солнце, маринованную и солёную. В поминальные дни, а также во время поста готовили рыбный студень. Из мелкой рыбы делали рыбные клёцки – галки. На Полесье, по свидетельству этнографа А.К. Сержпутовского, распространенным продуктом питания были вьюны. Их жарили, сушили в печке, засаливали в бочках.

Драники являются популярным повседневным блюдом из тертого картофеля на всей территории Беларуси, хотя в их приготовлении наблюдаются локальные особенности. Основными ингредиентами для приготовления драников являются: картофель, натёртый на тёрке, лук и растительное масло (раньше использовался жир). Драники имеют различные местные названия: “драчаны”, “бліны з бульбы”, “драчэнікі”, “бульбяныя бліны”, “дранка”, “драчы”, “блінкі картапляныя”, “бліны драныя”, “ладкі з бульбы драныя”, “дранікі”, “бабка”, “бульбяная бабка”, “асянікі”, “дзеруны з сырам і зелянінай”, “таркованцы з мясам”, “драныя аладкі”, “картафлянікі”, “дранікі з тварагом”, “бульбянікі”, “калдуны”. В каждом рецепте драников и картофельных блинов основными по-

прежнему остаются следующие ингредиенты: крахмальный картофель, натёртый на терке, лук, соль. Выпекали драники на свином жире, позже – на алее. Иногда сковороду смазывают небольшим кусочком сала (“подмазкой”) - получают “сухія бліны”, которые являются дополнением к другим блюдам: яишнице, мачанке, поливке, супу и др.

При организации кулинарных туров для туристов важно знать и учитывать эти региональные особенности в традиционной культуре питания белорусов.

Традиции гостеприимства в сочетании с национальной кухней, основанной на экологически чистых натуральных продуктах, возможность приобщиться к традиционным занятиям, промыслам и ремёслам могут привлечь огромное количество европейских туристов. Сегодня для иностранного туриста огромную радость приносит возможность самим приобщиться к сельскому труду, сходить в лес за грибами, поохотиться, порыбачить, а затем попробовать блюда местной кухни, приготовленные из продуктов, добытых самим отдыхающим туристом во время занятия древними промыслами.

Этнокулинарный или гастрономический туризм – особое и весьма популярное направление в современном туризме. Знакомство с блюдами народной кухни, способами и приёмами их приготовления, с традиционными трапезами, с народным застольным этикетом, предметами домашней утвари становится важной частью программы пребывания туристов в нашей стране. Развитию туризма активно способствуют кулинарные фестивали. Так, например, в деревне Мотоль Ивановского района Брестской области с 2008 года начал проводиться кулинарный фестиваль, где свои способности демонстрируют местные жители, соревнуясь в умении приготовить традиционные блюда с использованием возможностей домашней печки. Иностранцы гости, оценивая качество приготовленных блюд, отмечали их натуральную основу, безупречный вкус и полезность. Такие кулинарные фестивали также будут способствовать привлечению иностранных туристов в нашу страну, а также содействовать активизации интереса к традициям питания белорусов.

В наше время идёт работа по включению элементов традиционной культуры питания в Государственный список историко-культурных ценностей. На Коллегии Министерства культуры в этот список были включены традиции выпечки хлеба и приготовления масляного барана на Глубоччине, традиционные блюда агрогородка Адельск на Гродненщине, клецки с душами на Витебщине, традиции приготовления рыбы, сушёной в печи на соломе и блюд на её основе на территории Берёзовского района, выпечки банкухи в деревне Подороск Свислочского

района, традиции приготовления жоровского хлеба на Любанщине и греченого на Малоритчине. Проводится работа по включению традиции приготовления драников и картофельных блинов и других элементов, связанных с традициями питания белорусов [3].

Несмотря на все изменения и новизну, традиции питания белорусов как элемент этнокультурного наследия, сохранили наиболее характерные национальные черты. Повседневное питание большинства белорусов достаточно консервативное. Сохраняя характерную для них этническую специфику, традиции питания продолжают развиваться. Их возобновлению, активизации и развитию во многом способствовал белорусский агротуризм.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Архіў Інстытута мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору імя К.Крапівы Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі. – Ф.6. – Воп.13. – Спр. 67.
2. Наваградскі, Т. А. Народная кухня маталян / Т. А. Наваградскі, І. У. Алюніна, С. А. Захаркевіч. – Мінск : [б. в.], 2009. – 99 с. ; Наваградскі, Т. А. Народная кухня тышкаўцоў / Т. А. Наваградскі, І. У. Алюніна, С. А. Захаркевіч. Мінск : [б. в.], 2010. – 195 с. ; Наваградскі, Т. А. Кулінарная спадчына Белавежжа = Kulinarne dziedzictwo Białowieży / аўт. тэкста Т. А. Наваградскі ; пер. А. У. Ветрава. Мінск : [б. в.], 2010. – 51 с. ; Наваградскі, Т. А. Народная кухня Гервятаў / Т. А. Наваградскі, І. У. Алюніна. Мінск : Послед. слово, 2011. – 172 с. ; Наваградскі, Т. А. Народная кухня Семежава / Т. А. Наваградскі, С. А. Захаркевіч, І. У. Алюніна. Мінск : Вішнёўка, 2013. – 248 с. ; Наваградскі, Т.А. Народная кухня Лепельшчыны / Т.А. Наваградскі, С.А. Захаркевіч, І.У. Алюніна. – Мінск: Колорград, 2017. – 528 с.
3. Наваградскі, Т.А. Развіццё этнакулінарнага турызму / Т.А. Наваградскі // Наука и инновации. 2021. №7. С. 28-32.

ПЛАН РАЗВИТИЯ КЛАСТЕРНОЙ ИНИЦИАТИВЫ «НАВАКОЛЛЕ»: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Панько А. Д.

*Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина,
бул. Космонавтов, 21, 224016, Брест, Республика Беларусь, adranko24@gmail.com*

Представлены результаты исследования, направленного на изучение потенциала кластерной инициативы «Наваколле», которая создается в Кобринском районе Брестской области, и разработку ее плана развития на среднесрочную перспективу. Определены проблемы, которые стоят перед кластерной инициативой, стратегическая и тактические цели. Выделены три ключевых направления развития, по каждому из которых разработан перечень конкретных мероприятий и рекомендаций.

Ключевые слова: кластерная инициатива; бренд «Наваколле»; план развития; продуктово-ремесленный кластер; маркетинг; кооперация; коллаборация; ярмарки.

«NAVAKOLLE» CLUSTER INITIATIVE DEVELOPMENT PLAN: CONCEPTUAL PROVISIONS

Panko A. D.

*Brest State University named after A.S. Pushkin
Cosmonauts Blvd., 21 224016, Brest, Republic of Belarus, adpanko24@gmail.com*

The results of a study conducted in 2021 are presented. The potential of the cluster initiative «Navakolle», which is being created in the Kobrin district, was studied. In the course of the study, a plan for the development of the cluster initiative for the medium term was developed. The problems facing the cluster initiative are identified. The strategic and tactical goals of the cluster initiative development are highlighted. Three key directions of development are proposed. A list of specific measures and recommendations has been developed for each direction.

Keywords: cluster initiative; «Navakolle» brand; development plan; food and craft cluster; marketing; cooperation; collaboration; fairs.

Формирование модели продуктово-ремесленного кластера «Наваколле» является проектом, который реализуется в рамках программы «Поддержка экономического развития на местном уровне в Республике Беларусь», поддержанной Министерством экономики и Программой развития ООН. Идея кластерной инициативы «Наваколле» возникла на хорошем фундаменте. В 2019-2021 гг. на территории Брестской области реализован проект The Coca-Cola Foundation по «Поддержке женщин в агротуризме, фермерстве и ремесленничестве». Проект позволил его участницам получить богатый опыт и развить навыки в ведении малого бизнеса. Проект познакомил участников друг с другом и позволил увидеть перспективу в совместном сотрудничестве. Возникла идея создать местный коллективный бренд «Наваколле», а вокруг него построить формирование кластерной инициативы, которая является по сути первой в Беларуси инициативой продуктово-ремесленного характера.

Территория, на которой идет становление кластерной инициативы, охватывает Кобринский район и прилегающие к нему соседние районы.

Участниками, проявившими интерес к сотрудничеству в рамках кластерной инициативы, являются ремесленники и самозанятые лица, фермерские хозяйства, субъекты агроэкотуризма, физические лица, занятые в домашнем хозяйстве. По состоянию на ноябрь 2021 г. в базе данных Инициативы зарегистрировано 35 субъектов/участников.

Интервьюирование потенциальных участников Инициативы позволило выделить и структурировать 4 ключевых проблемы:

1) отсутствие у участников опыта, знаний и навыков продвижения и реализации своей продукции. Незнание или непонимание тонкостей современных каналов продвижения своей продукции;

2) наличие малого сегмента потребителей своей продукции, отсутствие понимания как расширить этот сегмент;

3) ограниченность рынка реализации. Личная реализация продукции в других городах требует дополнительных расходов, понести которые не все имеют возможность;

4) слабое понимание преимуществ, которые может дать кластерное объединение.

В свою очередь, внешними экспертами были сформулированы еще три положения, четко акцентирующие проблему:

а) предлагаемая предпринимателями продукция недостаточно конкурентоспособна и не соответствует требованиям рынка, хотя включает в себе большой потенциал;

б) участники инициативы не знают о трендах рынка и инновациях в бизнесе, таких, например, как неолокализм, крафт, локаворство, при которых все больше потребителей стремятся приобретать местную продукцию в месте ее производства и знать ее производителя. Таким образом, возникает необходимость, с одной стороны, усилить свою продукцию элементами инновации и креатива, а, с другой, – влиять на формирование потребительских предпочтений в нужном русле;

в) местным предпринимателям необходима коллаборация и обмен опытом с более опытными игроками на рынке и доступ к экспертным знаниям.

Анализ среды позволил выделить стратегическую цель создания кластерной инициативы: объединение усилий фермерских организаций, агроусадеб, ремесленников и самозанятых лиц для увеличения предпринимательской активности, повышения конкурентоспособности и получения дополнительной экономической выгоды.

На основе изучения существующих методик и близких структур, анализа внутреннего потенциала участников нами были выделены три основных направления деятельности Инициативы в кратко- и среднесрочной перспективе, на детализации которых остановимся более подробно.

Направление 1 – «Организационная деятельность» – включает мероприятия по дальнейшему институциональному становлению и развитию кластерной инициативы.

Ключевая роль в данном направлении принадлежит активу инициативы, от закрепления и качественного роста которого зависит успех всех начинаний первого года. Следует отметить, что первые шаги сделаны. Имеется актив из примерно 10 субъектов, которые стали сотрудничать друг с другом и действовать на различных мероприятиях сообща. Правда, уровень их кооперации более подходит под понятие производственной, чем институциональной.

В ближайшее время необходим созыв собрания актива и создание Рабочей группы или Совета и завершение процесса подписания Соглашения о создании кластерной инициативы. Это позволит определить общее число участников готовых сотрудничать далее. Следует выделить несколько аспектов, которые нужно учитывать Рабочей группе инициативы:

- * кто на персональном уровне из числа Рабочей группы будет обеспечивать подготовку документации, необходимой для правового оформления кластерной инициативы и определения стратегии её развития, заниматься взаимодействием с потенциальными участниками кластера, с местными органами власти, со СМИ, т.е. речь идет о выделении из актива председателя Совета и секретаря;

- * где в дальнейшем будут проводиться собрания и мероприятия для участников инициативы, какова их периодичность, какие на это потребуются расходы, как и за чей счет они будут финансироваться.

Для сплочения участников, роста доверия друг к другу, осознания общности внутри инициативы необходимо проведение совместных корпоративных мероприятий. Предлагается организовать несколько совместных мероприятий, например, Колядное празднование – «Щедрая Куття», «Масленица» или «Купала». Место и формат мероприятия обсуждается на уровне актива, финансовые и другие расходы несутся в складчину.

К организационным мероприятиям следует отнести также проведение ежеквартальных собраний Рабочей группы, ежегодных Общих собраний инициативы и подготовку стратегии развития на среднесрочную перспективу.

Направление 2 – «Совместное развитие субъектов кластера» – включает мероприятия, направленные на повышение профессионального уровня субъектов, усиление их кооперации и совместной производственной деятельности.

В рамках реализуемого проекта проведено несколько тренингов и информационных мероприятий по обмену опытом и знаниями. В будущем необходимо приглашение специалистов для проведения цикла тренингов и семинаров по таким темам как основы маркетинга, основы

продаж, бизнес-планирование, финансовая грамотность, вопросы налогообложения.

Важным для существования инициативы является создание и расширение внутрикластерной кооперации и коллаборации. Определенные успехи в данном направлении уже достигнуты. Успешно работает коллаборация между производством меда («Мроя») и керамики (Т. Тромза). Потенциальными схемами коллаборации можно назвать изготовление упаковки для продукции другого производителя, разработка дизайна упаковки или подачи для продукции, изготовление тематических сувениров и аксессуаров на тематику, связанную с продукцией другого члена инициативы.

Реализация проекта позволила создать условия для совместной реализации продукции под одним брендом «Наваколле» в одном месте: на ярмарках или иных событийных мероприятиях. Участники уже оценили выгоду: появилось общее имущество для участия в ярмарках – стенды, столы, палатка, ролл-ап, многие расходы делаются вскладчину. Примерами регулярных событийных мероприятий, уже апробированных в 2021 г. являются “Мотальські присмакі”, “Усё свае”, “Чароўны млын”, “Дажынкі”. Такую практику необходимо продолжить.

В среднесрочной перспективе следует организовать прохождение сертификации для продуктов питания и сувенирной продукции, которую производят участники инициативы. В этом случае инициатива получит возможность для поставки продукции своего бренда в торговые сети, объекты общественного питания, ориентированные на местную кухню.

Необходимо учитывать, что жизненный цикл любого продукта ограничен во времени, поэтому важно осознавать, что продукция через какое-то время утрачивает популярность. Исходя из этого, участники инициативы должны искать варианты для обновления или замены.

Направление 3 – «Совместное продвижение товаров услуг» – включает мероприятия по дальнейшему продвижению бренда «Наваколле», расширению реализационных площадок, поиску новых форм реализации.

Экспертами проекта разработан бренд «Наваколле», который совместно используется и продвигается участниками инициативы и проектной командой. Для продвижения продукции и мастеров используется аккаунт в Instagram [1]. Здесь размещена информация о продукции и услугах участников инициативы, в ближайшей перспективе требуется расширение базы мастеров и продукции. Важно регулярно размещать посты о планируемых мероприятиях и отчеты об их проведении.

Важным направлением деятельности инициативы должна быть активная работа со СМИ. Необходимы интервью, репортажи, заметки, направленные на популяризацию здорового питания, фермерской продукции, крафтовых изделий и т.п. Таким образом будет формироваться определенная среда потребителей, ориентированных на hand-made продукцию и локаворство: употребление только местных продуктов, произведенных неподалёку. Стремимся к тому, чтобы такая целевая группа ассоциировала решение своих потребностей с брендом «Наваколле».

Стоит использовать репосты интересной информации в данной проблематике из открытых источников на собственные страницы в соцсетях. Нужна поддержка постоянного интереса к бренду, повышение его узнаваемости и капитализации. Например, можно раскручивать рекламную идею «Пять продуктов от «Наваколля», которые нужно попробовать в Кобринском районе».

Необходимо продолжить и расширить сотрудничество с электронными платформами etno.by и e-dostavka, которое было создано в рамках реализации проекта. Для повышения эффективности такого сотрудничества мастерам требуется создание творческого портфолио своей продукции, а также формирование совместного продукта, например, «Крафтовый бокс» (подарочный набор) из нескольких видов продукции.

Продуктовая специализация инициативы делает перспективным сотрудничество с субъектами агроэкотуризма. Выгода для агроусадьбы проявляется в расширении и насыщении спектра своих услуг: крафтовые сувениры, свежая фермерская продукция, дополнительная аттракция на своей территории и т.п. Участники инициативы могут предложить заключение договоров прямой поставки своей продукции, организацию мини-ярмарки для туристов на базе усадьбы, проведение мастер-класса по ремеслам для туристов и т.п.

В качестве новых каналов можно рассматривать фермерские точки, специальные отделы супер- и гипермаркетов, сувенирные лавки, другие электронные платформы и т.п.

Таким образом, проведенное в рамках проекта исследование позволило разработать план по развитию модели продуктивно-ремесленного кластера «Наваколле» на кратко- и среднесрочную перспективу. Достижение трех ключевых индикаторов: ясное понимание своих экономических интересов, которые можно реализовать вместе; высокий уровень доверия к другим участникам и готовность каждого участника нести расходы на нужды инициативы и брать ответственность по своим обязательствам – будет свидетельствовать об уровне зрелости

инициативы и хороших перспективах дальнейшего преобразования в полноценный кластер.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Кластар «Наваколле». URL: https://www.instagram.com/klastar_navakolle/ (дата обращения: 25.11.2021).

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ. УСПЕШНЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ И БЕЛОРУССКИЕ ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ В ТУРИЗМЕ

Пукась Д. В.

*БОО «Отдых в деревне»,
ул. Дунина-Марцинкевича 6, 220092, Минск, Республика Беларусь,
darya.pukas@gmail.com*

Рассмотрены преимущества развития гастрономического туризма на региональном уровне, и на уровне предпринимателей. Проанализированы успешные примеры туристических продуктов на основе гастрономического наследия в Италии и Германии. Дан краткий обзор туристических продуктов, созданных в Беларуси на основе гастрономического наследия.

Ключевые слова: гастрономический туризм; кулинарное наследие; туристический продукт.

GASTRONOMIC TOURISM AS A TOOL FOR REGIONAL SOCIO- ECONOMIC DEVELOPMENT. SUCCESSFUL INTERNATIONAL AND BELARUSIAN EXAMPLES OF USING GASTRONOMIC HERITAGE IN TOURISM

Pukas D.V.

*Belarusian Association of Agro- and Ecotourism “Country Escape”,
6, 220092, Dunina-Martsinkevicha str., Minsk, Belarus, darya.pukas@gmail.com*

The advantages of the development of gastronomic tourism at the regional level and at the producers' level are considered. The successful examples of tourism products based on gastronomic heritage in Italy and Germany are analyzed. A brief overview of tourist products created in Belarus based on the gastronomic heritage is given.

Keywords: gastronomic tourism; culinary heritage; tourist product.

Туризм, согласно многим исследованиям, является одним из действенных инструментов социально-экономического развития регионов. Гастрономический туризм также вносит значительный вклад в этот процесс. Согласно сведениям ЮНВТО, более чем одна треть туристских расходов приходится на еду [3]. И многие страны усиленно работают над привлекательностью своих туристических регионов с гастрономической точки зрения, разрабатывают стратегии, туристические продукты и часто используют продукцию, производимую в их регионе, в качестве одного из основных компонентов туристического бренда.

Рассматривать пользу от развития гастрономического туризма можно как на региональном уровне, так и на уровне участников, вовлеченных в развитие данной сферы туризма.

На региональном уровне можно выделить такие преимущества, как увеличение рабочих мест в регионе; содействие укреплению имиджа региона/территории как туристической дестинации (пример – провинция Шампань во Франции); стимулирование появления инновации в системе сельскохозяйственного производства продуктов и сфере гостеприимства; содействие повышению качества жизни; увеличение налоговых поступлений государственным органам от участников бизнеса, занятых в гастрономическом туризме (как существующих, так и постоянно прибывающих) и т.д. [1,2]

Что касается пользы для участников, занятых в гастрономическом туризме, стоит прежде отметить, что World Food Tourism Association выделяет 20 секторов, которые причастны к этой сфере: это и бизнесы, связанные с едой и напитками (производители, рестораны, фермы, винодельни, фермерские рынки, мероприятия, связанные с едой и напитками, дистрибьюторы и т.д.), бизнесы, которые работают в сфере туризма (средства размещения, достопримечательности, туроператоры, транспортные компании и т.д.) другие бизнесы и организации (правительственные органы, образовательные учреждения, медиа, поставщики, технические платформы и т.д.).

С.М. Hall в своих исследованиях особое внимание уделяет производителям продуктов и выделяет для них следующие преимущества:

- Увеличивается воздействие на потребителя с помощью продукта (в том числе и с помощью дегустаций)
- развитие узнаваемости бренда и лояльности клиентов путем установления связей между товаром и потребителем;
- создается связь между потребителем и компанией, когда они получают возможность увидеть, что же происходит «за кадром».

Хорошие отношения с потребителями могут привести как к прямым продажам, так и к косвенным продажам посредством «сарафанного радио»;

- увеличение рентабельности за счет прямой продажи продукции потребителям (когда отсутствие издержек дистрибьютора не полностью переносится на потребителя);

- дополнительные точки продаж или единственно возможное место продажи для небольших производителей, которые не могут гарантировать объем или постоянство поставок;

- прямая обратная связь с потребителем;

- маркетинговая информация о клиентах и возможность разработки собственной базы данных клиентов;

- образовательные возможности для повышения осведомленности и оценки конкретных видов продуктов питания [1,2].

Помимо экономических эффектов, гастрономический туризм способствует возрождению и продвижению регионального нематериального наследия. Часто в целях привлечения туристов местные производители и туристические объекты возрождают кулинарные обряды или восстанавливают местные блюда, тем самым не только предлагают туристам уникальный региональный продукт, но и дают местным жителям узнать больше о собственной культуре и истории места, где они живут.

Поэтому гастрономический туризм может внести значительный вклад на локальном уровне в ответ на усиление глобальной конкуренции. И интерес туристов к местным продуктам и кулинарным традициям может стимулировать интерес, чувство гордости у местных жителей и содействовать укреплению местной самобытности и культуры.

За годы развития гастрономического туризма некоторые туристические дестинации уже получили репутацию „must visit” в гастрономическом смысле. А порой целые страны, как Италия и Франция имеют репутацию «гастрономических стран» и сразу приходят на ум туристов при упоминании гастрономического туризма.

Сильнейшими мировыми гастрономическими брендами обладают, безусловно, Франция, Италия и Испания, в которых исторически сложилась и укрепилась репутация гастрономических центров Европы. Определился и «второй эшелон» гастрономических центров. Это бренды, которых уже сформированы, однако еще не приобрели мировую известность в таких странах, как США, Австралия, Новая Зеландия, Великобритания, Греция, Швейцария, Бельгия, Австрия, Германия, Португалия, Япония, Китай, Индия, Сингапур, Марокко, Перу, Аргентина и Мексика. Однако за последние десять лет возникло множество других

развивающихся регионов, которые ставят гастрономический бренд во главу угла. Это такие страны, как Таиланд, Вьетнам, Азербайджан, Казахстан, Бразилия, Южная Корея, Грузия и др.

Далее будут рассмотрены удачные примеры в гастрономическом туризме на страновом и региональном уровне.

Италия уже много лет успешно развивает гастрономический туризм и обладает целым спектром гастрономических брендов – от целой страны до отдельных блюд, таких как паста, пицца или лазанья.

Итальянская еда может быть основной или второстепенной мотивацией для совершения путешествий, но определенно точно привлекает большое количество туристов из-за рубежа. По данным Национальной туристической обсерватории Италии, в 2017 году туристы, посещающие страну, потратили 223 миллиона евро на еду, тогда как в 2013 году этот показатель составил 131 млн евро (70% роста). Больше всего на еду и напитки тратят туристы из США, Великобритании, Австрии, Швейцарии и Франции. Вместе они покрывают 55,2% расходов. В среднем гастрономический турист тратит около 150 евро в день. Именно на этот вид туризма путешественники тратят больше всего денег в стране [6].

Италия - страна происхождения многих продуктов и блюд, известных во всем мире. Каждый из них принадлежит к определенному региону. Например, бальзамический уксус - продукт, который является эксклюзивным и характерным для территорий сегодняшних провинций Модена и Реджо-Эмилия. Каждый сентябрь проводится специальное мероприятие под названием «Acetaie aperte» (своего рода день открытых дверей для лучших производителей уксуса), в котором принимают участие более 30 производителей бальзамического уксуса. Во время мероприятия производители из Модены и остальных провинций позволяют посетителям увидеть ремесленные фабрики и принять участие в дегустациях. Другой пример - Parmigiano Reggiano, который производится в провинциях Парма, Реджо-Эмилия, Модена, Мантуя и Болонья. Многие мероприятия и фестивали, посвященные этому продукту, проводятся в течение года по всей Эмилии-Романье, а также за рубежом.

Есть и примеры, когда один продукт определяет гастрономический имидж страны. Одним из таких продуктов является фестиваль Октоберфест. Это крупнейший пивной фестиваль в мире. Он проходит в столице Баварии – Мюнхене, начинается в третьи выходные сентября и длится 16 дней. За это время в городе открывается «Пивной городок», состоящий из 14 больших залов и десятки меньших палаток, киосков, парков развлечений и т. д. Ежегодно около 7 миллионов туристов со всего

мира пьют огромное количество пива в литровых кружках, закусывая их традиционными баварскими закусками (курицей, сосисками, кренделями). Также во время фестиваля организуется огромное количество представлений, парадов и т.д.

За время фестиваля посетители выпивают около 7 миллионов литров пива, съедают около 700 тысяч жареных цыплят и сосисок. Кроме того, работают также 363 сувенирных магазина, 200 аттракционов и концертных залов.

Можно сделать вывод, что кухня – это не только один из привычных ингредиентов туристического продукта. Она может быть основной причиной, которая может мотивировать туриста посетить какое-либо место и увеличить доход всей страны или города.

В Беларуси гастрономический туризм пока находится только в начале своего развития. Трудности в развитии этого направления во многом обусловлены тем, что у белорусской кухни нет четкой концепции. Даже среди белорусов зачастую нет четкого понимания, что есть белорусская кухня, а для многих иностранных туристов белорусская кухня и вовсе является смесью кухонь соседних стран. А для развития гастрономического туризма как в Италии это крайне необходимо.

В Беларуси гастрономический туризм очень тесно сплетается с агроэкотуризмом, поскольку многие туристические продукты, связанные с едой, созданы в агроусадебках. Чаще всего они созданы на основе какого-либо продукта – овоща, хлеба, сыра и т.д. и могут принимать различные формы, начиная от маршрутов и заканчивая кластерами. Далее будут рассмотрены лишь некоторые из них.

В последнее время турфирмы все чаще создают целые программы на основе гастрономического наследия. Ярким примером являются туры от проекта «Поход в народ». Агентство предлагает такие программы, как «Гастротур по Полесью», «Выпечка хлеба», «Дикая кухня» и многое другое (walktofolk.by). Чаще всего это однодневные программы, рассчитанные на группу до 10 человек, которые включают в себя дегустации и мастер-классы в агроусадебках.

Есть и другие варианты гастрономических программ, которые предполагают посещение не только агроусадеб, но и ферм. Например, туристическая компания Travellab предлагает туры с посещением сыроварни «ГрандМилк», улиточной фермы «Ratov» и пивоварни «Robim Good Brewery». Помимо этого, многие турфирмы продают туристические программы, где туристы останавливаются в агроусадебках на традиционный белорусский обед.

Еще одной довольно популярной формой туристического продукта на основе гастрономии являются фестивали. Очень часто на уровне

районов проводятся ежегодные фестивали, посвященные либо белорусской кухне, либо определенному овощу или ягоде. Одним из самых популярных подобных фестивалей является фестиваль «Мотальскія прысмакі». Это первый белорусский международный кулинарный фестиваль, который проводится каждые два года с 2008 года с целью возрождения и популяризации белорусской кухни. Организаторами мероприятия выступают Мотольский сельсовет и Ивановский райисполком. Во время фестиваля посетители могут познакомиться с кулинарными традициями белорусского Полесья, попробовать знаменитые мотольские колбаски и каравай, а также другие блюда. На фестивале часто выступают белорусские фольклорные коллективы, устраиваются старинные игры и обряды.

В качестве примера фестивалей, названному в честь продукта, можно назвать «Лунінецкія клубніцы» в д. Дворец (Лунинецкий район), «Журавы і журавіны» (Миорский район), «Ивьевский помидор» (Ивьевский район). Все эти праздники проводятся менее масштабно, чем «Мотальскія прысмакі» и больше ориентированы на местных жителей. Но тем не менее, они могут стать основой для более масштабного туристического продукта по мотивам одного продукта.

Также стоит отметить, что в Беларуси развиваются даже целые кластеры, которые также вносят вклад в развитие гастрономического туризма в Беларуси. Так, совсем недавно был создан продуктово-ремесленный кластер «Наваколле», который объединяет производителей продукции, ремесленников и агроусадеб из Кобринского и прилегающего районов. Помимо основной функции – продвижение продукции участников под единым брендом, участники также планируют заниматься и туризмом. Сейчас разрабатывается туристический маршрут, который будет объединять участников кластера. Также в Славгородском районе действует кластер, где всех участников объединяет один продукт – кластер «Сырний». В кластере состоят более 60 сыроваров и хозяев агроусадеб.

Таким образом, можно сделать вывод, что у Беларуси есть потенциал развития гастрономического туризма. И хотя в стране уже действуют интересные и популярные туристические продукты, в основе которых лежит гастрономическое наследие, необходимо провести серьезные исследования по теме белорусской кухни. Это поможет выделить особенности, характерные для каждого региона, что еще больше усилит уже существующие продукты и послужит основой для создания новых.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Hall C.M., Sharples L., 2003, Food Tourism Around the World. Butterworth-Heinemann, Great Britain.

2. OECD, 2012, Food and the Tourism Experience: The OECD-Korea Workshop, OECD Studies on Tourism, OECD Publishing, p. 55.

3. World Tourism Organization, 2012, Global report on food tourism. UNWTO, Madrid, p. 6-9.

4. World Tourism Organization, 2017, Affiliate Members Global Report, Volume 16 – Second Global Report on Gastronomy Tourism, UNWTO, Madrid, p.14.

5. What is Food Tourism [Electronic resource]. URL: <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/> (date of access: 20.11.2021).

6. Italy says it now brings in more tourism than France. But does it really? [Electronic resource]. URL: <https://www.thelocal.it/20190719/italy-now-gets-more-tourism-than-france-study> (date of access: 20.11.2021).

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В АРГЕНТИНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Синявская Ю. И.

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, roman@bsu.by*

Дедок В. М.

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, dedokvm@bsu.by*

В статье рассматривается развитие агротуризма Аргентинской Республики, который является источником доходов с большим потенциалом развития, способствует привлечению иностранных инвестиций в экономику этой латиноамериканской страны. Рассмотрена география и история развития агротуризма Аргентины, его основные особенности. Особое внимание уделяется знакомству с фермерскими хозяйствами (эстансияс), неотъемлемой частью агротуризма региона, которые дают возможность посетителям познакомиться с местной культурой, образом жизни местных жителей, понаблюдать за производственными методами и обработкой сельскохозяйственной продукции. Также в статье определены другие виды агротуризма Аргентинской Республики, которые играют важную роль в развитии экономики страны.

Ключевые слова: агротуризм; фермерские хозяйства; региональность развития агротуризма; эстансияс; провинция Буэнос-Айрес; гаучо.

FEATURES OF DEVELOPMENT OF AGROTOURISM IN THE ARGENTINE REPUBLIC

Siniauskaya Y. I.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, roman@bsu.by*

Dedok V. M.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, dedokvm@bsu.by*

The article examines agritourism in the Argentine Republic, being a source of revenue with a great potential for development. It attracts foreign investment in the economy of this Latin American country. The author conducted research of geography and the process of development of agritourism and its main features in Argentina. Particular attention is paid to inquiry of farms (estancias), that constitute an integral part of agritourism of the region. These farms provide visitors with an opportunity to get acquainted with the local culture, the way of life of local residents, observe production methods and processing of agricultural products. In addition, the article identifies other types of agritourism in the Argentine Republic, which play an important role in the development of the country's economy.

Keywords: agritourism; farms; regional development of agritourism; estancias; province of Buenos Aires; gaucho.

В мае 2000 г. между Департаментом сельского хозяйства, животноводства, рыболовства и продовольствия (исп. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación, SAGPyA) и Национальным секретариатом по туризму (исп. Secretaría de Turismo) было подписано соглашение о создании Программы сельского туризма «Корни» (исп. Raíces) [1, 31]. Ее основная идея — поощрение развития туристической деятельности фермерских предприятий. Это была первая программа для сельского туризма на национальном уровне, где вышеуказанные учреждения вместе согласовали предложения по развитию туристической деятельности. В первую очередь данная программа была предназначена для мелких и средних производителей, которые традиционно изготавливали сырьё. Для них была предложена другая возможность диверсифицировать свои доходы — агротуризм, который представлял большие перспективы для совмещения продажи собственного продукта и услуг, оказываемых на открытой живописной местности. Под агротуризмом в этом документе понимались все виды деятельности, которые могли быть организованы в сельской местности и обладали характеристиками, отличающимися от повседневной жизни горожан и представляющими для них интерес. Однако основным критерием агротуризма является его реализация вне городской среды. В большинстве случаев агротуризм осуществляется на территории фермерских хозяйств. При этом агротуризм рассматривается как способ возрождения малых городов (с населением не более 400 жителей) и предотвращения оттока молодежи из сельской местности.

Одним из первых проявлений агротуризма, появившихся в Аргентине, было открытие и преобразование фермерских хозяйств-

эстансий (исп. estancias) в туристические места. Эстансии были созданы в 18 в. в результате завладения и распределения земель, которые характеризовались как обширные зеленые равнины и пустыни, населенные различными коренными общинами, гаучо. В соответствии с частичным регулированием закона о туризме (исп. Ley Nacional de Turismo), касающегося объектов размещения туристов, принято определять эстансии как любое учреждение типа туристической гостиницы, которое находится недалеко от города, в сельской местности и обладает загородной атмосферой [2]. В фермерских хозяйствах должно быть достаточно места для проведения мероприятий на свежем воздухе, а также для приема, размещения гостей, организации питания и подачи напитков, а также могут быть представлены дополнительные услуги в соответствии с категорией эстансии. Общая площадь хозяйства составит не менее одного гектара. Эстансии могут представлять собой:

- 1) отдельное помещение, которое состоит максимум из двух этажей с изолированными комнатами, которых должно быть не более 35;
- 2) домики отдыха со всеми удобствами, где будет максимум 2 отдельные спальни. Ванная комната может быть общей на 2 спальни либо располагаться в каждой из них.

На каждые 20 комнат фермерского хозяйства и 6 домиков отдыха должна быть представлена горничная с необходимым инвентарем для уборки. Здание эстансии должно быть типичным для этого региона, сохраняя архитектурные ценности народных традиций. Посещение эстансий позволяет туристам познакомиться с историей семей гаучо из первых рук. Гостям предлагается катание на лошадях, показательные выступления, на которых гаучо показывают свое мастерство верховой езды и обращения с лассо. Обязательный пункт программы — это обед с традиционным асадо (исп. asado), жареное мясо на гриле в разных его проявлениях.

Что касается экономической составляющей агротуризма в Аргентине, необходимо отметить, что доход от фермерских хозяйств утроился и вырос с 9 млн. долл. США в 2015 году до 30 млн. долларов США в 2016 год [3].

Э. Риверос и М. Бланко под термином «агротуризм» предлагают понимать вид сельского туризма, для которого характерно посещение ферм с целью ознакомления с порядком ведения аграрной деятельности и принятия непосредственного участия в ней, а также дегустации сельскохозяйственной продукции, [4, 13].

На современной карте агротуризма Аргентины можно выделить большое количество разных видов предпринимательства, разработанных средними и крупными производителями, которые предлагают гостевой

туризм², туризм на винодельнях и активный туризм, в основном верховую езду [5].

В то же время происходит сильное вливание заемного капитала, направленного в виде инвестиций на высокоуровневые предприятия, и, одновременно предусматривается более тесная связь между мелкими производителями и сельским сектором посредством создания ассоциаций, сетей и кооперативов, уделяя особое внимание культурному наследию, традициям, обычаям и местным знаниям.

В процентном соотношении основные регионы агротуризма сосредоточены в провинциях Буэнос-Айрес с 48% и Чако с 42% соответственно, далее следуют Мендоса с 7% и Огненная Земля с 2% [3]. Последний регион больше связан с организацией туризма в эстансиях. Была проделана огромная работа по восстановлению древних загородных домов благородных семей, связанных с историей Аргентины. Причиной тому стал серьезный кризис в производстве шерсти в 90-х годах, именно поэтому производители обратились к туризму.

На северо-востоке Аргентины сельский туризм больше связан с обществом и культурой, где предлагаемые услуги сильно отличаются от юга Аргентины, большую роль играют обычаи региона.

Между тем, Мендоса известна винным туризмом, где помимо экскурсий и дегустаций, также есть прогулки, катание на лошадях и работа на виноградниках.

Одним из важнейших регионов сельского туризма является провинция Буэнос-Айрес, которая имеет площадь около 308 тыс. км² с 15 млн. жителями [6] и является одним из регионов в стране с самой высокой демографической плотностью. Провинция состоит из 135 муниципалитетов, а Ла-Плата является административным центром региона. Он простирается частично на Пампейскую равнину, исторический район сельскохозяйственного и животноводческого производства, в котором также представлены другие виды экономической деятельности, такие как промышленность, горное дело и туризм. Туристическая активность в провинции Буэнос-Айрес с самого начала была сосредоточена на побережье Атлантического океана, поскольку Мар-дель-Плата является одним из приморских городов, который принимает самую высокую концентрацию туристов в летний период [7]. Однако за последние два десятилетия сельский туризм в регионе играет ключевую роль. Также, стоит отметить, что провинция была одной из ведущих областей модели экспорта сельскохозяйственной продукции в 19 веке [8, 221], а ее сельский пейзаж стал ареной аргентинского национального архетипа гаучо. Кроме того, данный регион

² Вид туризма, в основе которого лежит пребывание туристов в качестве гостя.

территориально доступен для большинства туристов, т. е. обладает близостью к столице и главному международному аэропорту. Многие из центров сельского туризма в этом регионе расположены не более чем в 200 км от Буэнос-Айреса и интересны как места для однодневных поездок без необходимости оставаться на ночлег.

Помимо поездок в хозяйства-эстансии можно выделить и другие виды агротуризма в Аргентине, а именно: участие в сборе кофе или других фруктов (апельсины, виноград, какао), доение коровы вручную, посещение боев быков (исп. *corrida de toros*), участие в процессе изготовления панелы³ (исп. *panela*) или сыра, а также конные прогулки, участие в сельскохозяйственных работах, осмотр природных достопримечательностей, охота, рыбалка, пешие прогулки и др.

В заключение необходимо отметить, что агротуризм является источником доходов с большим потенциалом развития, имеет поддержку на национальном уровне. Кроме того, появление агротуризма в Аргентине помогает увидеть многофункциональность аграрного сектора в целом и предоставляет возможность внедрить программы развития сельских районов с использованием территориального подхода, который учитывает особенности территорий этой латиноамериканской страны. Именно в этом контексте и следует формулировать будущие стратегии, способствующие развитию агротуризма в регионе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Florencia Román, Mariana Ciccolella. Turismo rural en la Argentina. Buenos Aires: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. 2009.

2. Tabulador de servicios para las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico: tipo estancia de turismo. [Electronic resource]. URL: <https://www.mintur.gob.ve/wp-content/uploads/2019/05/Descargar-aqu%C3%AD-1.pdf> (date of access: 16.11.2021).

3. El turismo como instrumento de desarrollo e integración. [Electronic resource]. URL: https://www.magyp.gob.ar/sitio/areas/cambio_rural/boletin/06_turismo.php (date of access: 14.11.2021).

4. Documento técnico. El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. [Electronic resource]. URL: [http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20\(Hernando%20Riveros\).pdf](http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20(Hernando%20Riveros).pdf) (date of access: 14.11.2021).

5. El turismo como instrumento de desarrollo e integración. [Electronic resource]. URL: https://www.magyp.gob.ar/sitio/areas/cambio_rural/boletin/06_turismo.php (date of access : 14.11.2021).

6. Ruralidades turísticas del campo pampeano-bonaerense. [Electronic resource]. URL: <https://www.redalyc.org/journal/4735/473564632002/html/> (date of access: 14.11.2021).

7. Sistema nacional de repositorios digitales. [Electronic resource]. URL:

³ Нерафинированный тростниковый сахар.

https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RepHipUNR_69301aab244b643f27e7a8a2adfdbae (date of access: 15.11.2021).

8. Horacio Giberti. Historia económica de la ganadería argentina. Buenos Aires: Hyspamerica. 1985.

О ЮРИДИЧЕСКИХ АСПЕКТАХ В СФЕРЕ АГРОЭКОТУРИЗМА

Теребей А.П.

Брестская областная коллегия адвокатов

ул. 17 Сентября, 26, 224000, Брест, Республика Беларусь, alesya.terebey@yandex.ru

Рассмотрены проблемные вопросы, которые могут возникнуть в связи с принятием проекта изменений в Налоговый кодекс Республики Беларусь, опубликованного на сайте Министерства финансов Республики Беларусь. Произведен обзор основных изменений в сфере агроэкотуризма, дана характеристика налогу на профессиональный доход, который будут уплачивать субъекты агроэкотуризма с 1 января 2024 г.

Ключевые слова: налоговый кодекс; изменения в законодательстве; субъекты агроэкотуризма; сельскохозяйственные организации; увеличение размера сбора; налог на профессиональный доход.

ON LEGAL ASPECTS OF AGROECOTOURISM

Terebey A.P.

Brest Regional Board of Lawyers

ul. September 17, 26, 224000, Brest, Republic of Belarus, alesya.terebey@yandex.ru

Problem issues are considered, which may occur after the adoption of amendments to the Tax Code of the Republic of Belarus, published on the website of the Ministry of Finance of the Republic of Belarus. An overview of the main changes in the field of agroecotourism was made, the detailed characteristics of a professional income tax was given, which will pay the subjects of agroecotourism from January 1, 2024.

Keywords: tax code; legislation changes; subjects of agroecotourism; agricultural organizations; an increase in the size of the collection; professional income tax.

На сайте Министерства финансов Республики Беларусь опубликован проект изменений в Налоговый кодекс Республики Беларусь (далее – Проект изменений) по состоянию на 10 ноября 2021 г. [1].

Данный проект активно обсуждается юридическим и предпринимательским сообществом, поскольку затрагивает деятельность многих субъектов хозяйствования. Проект предусматривает

значительные изменения по единому налогу, налогу при упрощенной системе налогообложения, а также сбору при осуществлении ремесленной деятельности.

В проекте изменений в Налоговый кодекс Республики Беларусь представлены также изменения по уплате сбора за осуществления деятельности в сфере агроэкотуризма.

1. Изменение субъектного состава агроэкотуризма.

Статьи 373 и 374 Налогового кодекса Республики Беларусь (далее – НК) предлагается изложить в новой редакции. В ст. 373 Проекта изменений предусматривается, что плательщиками сбора за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма признаются только физические лица, осуществляющие деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма в порядке, определенном Президентом Республики Беларусь.

В настоящее время субъектами агроэкотуризма могут выступать физические лица и сельскохозяйственные организации (п. 1 Указа Президента Республики Беларусь от 9 октября 2017 г. № 365).

Таким образом, предполагается, что с момента официального опубликования новой редакции НК, сельскохозяйственные организации утратят право выступать субъектами агроэкотуризма. В данном случае, сельскохозяйственные организации обязаны будут либо прекратить осуществлять деятельность в сфере агроэкотуризма, либо уплачивать налоги от данной деятельности в общем порядке (например, налог на прибыль по ставке 18 процентов).

2. Увеличение размера сбора за осуществление деятельности в сфере агроэкотуризма.

Проектом изменений установлено, что ставка сбора устанавливается в размере 31 белорусского рубля в календарный месяц за каждую агроэкоусадьбу (п. 2 ст. 375 Проекта изменений) [1].

Сбор будет уплачиваться не позднее 1-го числа каждого календарного месяца, при осуществлении деятельности на территории одной или двух агроэкоусадоб в отношении соответственно одной или двух агроэкоусадоб за каждый календарный месяц [1].

В настоящее время субъекты агроэкотуризма уплачивают сбор в размере 2 базовых величин в год, что по состоянию на ноябрь 2021 г. составляет 58 белорусских рублей.

Таким образом, размер сбора за осуществление деятельности в сфере агроэкотуризма будет существенно увеличен (с 58 белорусских рублей до 372 белорусских рублей за год).

При этом в законодательстве и Проекте изменений не предусмотрен механизм приостановления деятельности агроэкоусадоб в случае, если в

какие-либо периоды времени они не осуществляют деятельность. Нередко агроэкоусадьбы работают сезонно, поэтому необходимость уплаты сбора даже в периоды, когда деятельность не осуществляется, будет обременительна для многих субъектов агроэкотуризма.

3. Утрата юридической силы сбора за осуществление деятельности в сфере агроэкотуризма.

В соответствии со ст. 14 Проекта изменений, с 1 января 2024 г. утрачивает силу сбор за осуществление деятельности в сфере агроэкотуризма [1]. При этом с 1 января 2023 г. планируется вступление в силу и введение нового налога в Республике Беларусь – налога на профессиональный доход.

Следовательно, с 1 января 2024 г. субъекты агроэкотуризма будут выступать плательщиками налога на профессиональный доход.

Полагаем, что данное изменение является основным, существенно затрагивающим сферу агроэкотуризма. На протяжении длительного времени агроэкотуризм развивался только благодаря законодательной поддержке в виде льготных условий осуществления деятельности (уменьшенные размеры сбора, поддержка в виде льготного кредитования и т.д.).

Считаем, что уравнивание сферы агроэкотуризма с иными видами предпринимательской и профессиональной деятельности негативно отразится на развитии агроэкотуризма. В настоящее время национальная туристическая отрасль находится в убыточном состоянии в связи с эпидемией COVID-19, а предложенные изменения могут окончательно уничтожить отрасль.

Следует отметить, что согласно Проекта изменений, не смотря на введение налога на профессиональный доход, сохраняется сбор за осуществление ремесленной деятельности. При этом ремесленникам с 1 января 2023 г. будет предоставлено право выбора: уплачивать сбор за осуществление ремесленной деятельности либо налог на профессиональный доход.

Полагаем, что подобный подход должен применяться и в отношении субъектов агроэкотуризма, им должно быть предоставлено право выбора, уплачивать сбор либо налог на профессиональный доход.

Введение налога на профессиональный доход – это шаг на пути к унификации национального законодательства с законодательством Российской Федерации, где подобный специальный налоговый режим действует с 2019 г.

В Республике Беларусь налог на профессиональный доход планируется функционировать с учетом следующих особенностей:

1. Уплата налога на профессиональный доход заменит уплату подоходного налога, сбора за осуществление ремесленной деятельности, а также заменяет уплату обязательных страховых взносов государственного социального страхования [1].

В настоящее время субъекты агротуризма не обязаны участвовать в государственном социальном страховании, однако, могут это делать добровольно путем подачи соответствующего заявления и уплаты взносов.

Таким образом, введение налога на профессиональный доход потребует внесения изменений в законодательство, касающееся обязательного социального страхования.

2. До момента получения первого дохода в календарном году обязательно необходимо установить соответствующее приложение и через данное приложение направить в налоговый орган уведомление о применении налога на профессиональный доход. Налоговый орган самостоятельно будет исчислять сумму налога на профессиональный доход и уведомлять плательщика через приложение не позднее 10 числа следующего месяца о сумме налога и реквизитах для его оплаты. Оплата налога будет производиться не позднее 22 числа следующего месяца [1].

Следовательно, расчет налога на профессиональный доход, взаимодействие с налоговым органом будет осуществляться с использованием специального приложения.

Полагаем, что данное положение Проекта изменений будет особо затруднительно к применению субъектами агротуризма.

Во-первых, многие агрокооперативы находятся в отдаленной местности, часто на хуторах в деревнях, где имеются существенные проблемы с доступом к сети Интернет.

Во-вторых, нередко хозяевами агрокооперативов являются люди предпенсионного или пенсионного возраста, в силу возраста им будет сложно разобраться с мобильным приложением и особенностью его функционирования.

Подобные законодательные требования могут привести к сокращению числа субъектов агротуризма.

3. Налоговой базой для исчисления налога на профессиональный доход будет признаваться доход от реализации товаров (работ, услуг).

Ставка налога на профессиональный доход устанавливается в следующих размерах:

- 10 % - при доходе до 60 000 рублей в календарный год;

• 20 % - с суммы превышения 60 000 рублей в календарный год и от дохода, полученного от белорусских организаций и индивидуальных предпринимателей [1].

Как видно из представленной нормы, налоговая нагрузка на субъекты агроэкотуризма будет существенно увеличена по сравнению с настоящим временем.

Положительным моментом выступает тот факт, что размер налога будет исчисляться от размера полученного дохода, т.е. к расчету должны применяться расходы, понесенные при осуществлении деятельности. В то же время, полагаем, что могут возникнуть сложности с доказыванием фактов несения соответствующих расходов.

Анализ норм Проекта изменений позволяет сделать следующие основные выводы:

1. Планируются глобальные налоговые изменения, которые затронут, в том числе и сферу агроэкотуризма. Вероятнее всего, окончательная редакция изменений в НК будет принята к 31 декабря 2021 г.

2. Изменения, сформулированные в Проекте изменений, потребуют корректировки иного законодательства Республики Беларусь. В первую очередь, должны быть изменены нормы Указа Президента Республики Беларусь от 9 октября 2017 г. № 365 «О развитии агроэкотуризма».

3. В настоящее время рекомендуем сельскохозяйственным организациям определиться с вариантами работы на 2022 год в случае, если они утратят право выступать субъектами агроэкотуризма.

4. Налог на профессиональный доход вступает в силу с 1 января 2023 г., применение налога будет осуществляться на протяжении года до того момента, как он начнет действовать в отношении субъектов агроэкотуризма. Это позволит субъектам агроэкотуризма в некоторой мере подготовиться к изменениям.

5. Предлагаемые налоговые изменения негативно отразятся на сфере агроэкотуризма и ее развитии. Прогнозируем, что количество субъектов агроэкотуризма сократится, поскольку предложенные новые условия накладывают дополнительные ограничения и увеличивают налоговую нагрузку.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Проект изменений в Налоговый кодекс Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. URL: https://www.minfin.gov.by/ru/tax_policy/discuss_projects/ (дата обращения: 24.11.2021).

МЕРЫ ПО РАЗВИТИЮ АГРОЭКОТУРИЗМА

Чжан М.

*Белорусский государственный университет
пр.Независимости,4,220030, г.Минск, Республика Беларусь, 18317859253@163.com
научный руководитель: Новогродский Т. А., заведующий кафедрой, доктор
исторических наук, профессор, novogr@bsu.by*

Являясь экологически чистым видом туризма, агроэкотуризм играет активную роль в содействии здоровому развитию экономики сельского хозяйства. Содействие устойчивому развитию агроэкотуризма имеет большое значение для инновации моделей развития сельского хозяйства и туризма.

Ключевые слова: *агроэкотуризм; меры; сельское хозяйство.*

MEASURES IN THE DEVELOPMENT OF AGROECOTOURISM

Zhang M.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, 18317859253@163.com
supervisor: Nowogrodski T. A., head of department, doctor of history,
professor, novogr@bsu.by*

Being an environmentally friendly type of tourism, eco- agricultural tourism plays an active role in promoting the healthy development of the agricultural economy. Promoting the sustainable development of eco- agricultural tourism is of great importance for the innovation of agricultural and tourism development models.

Keywords: *eco-agricultural tourism; measures; agriculture.*

Понятие сельского туризма может являться синтезом различных определений, принятых в зарубежных странах, где отдых в сельской местности принято называть зеленым, деревенским, агротуризмом или агроэкотуризмом [1]. По мере развития экономики и повышения уровня жизни населения люди ищут все больше духовных удовольствий в дополнение к материальным. От давления городской жизни необходимо избавиться, испытав на себе жизнь сельского туриста, поэтому все больше людей предпочитают отдыхать в сельской местности. Это создало большие возможности для развития экономики сельского туризма. Экологический туризм в сельской местности является важнейшим элементом устойчивого развития сельских территорий, в основе которых лежат природные ресурсы, традиции и богатое историко-культурное наследие местного населения. Сельский и экологический туризм

рассматриваются как реальный инструмент стабилизации аграрного сектора [2]. В последние годы экономика агроэкотуризма также получила определенное развитие и сыграла ключевую роль в быстром развитии сельской экономики.

Агроэкотуризм – это новый вид туристической деятельности, который объединяет экологию, сельское хозяйство и туризм, используя сельскохозяйственное производство, природные пейзажи, сельскую среду и агроэкологические бизнес-модели для привлечения туристов к участию в таких мероприятиях, как просмотр, дегустация, опыт, исследование, обучение, отдых и покупки. Как сложная форма производства и управления, агроэкологический туризм с момента своего возникновения имеет высокую экономическую и социальную ценность [3].

Сельскохозяйственные ресурсы являются основными условиями для агроэкотуризма. Агроэкотуризм придерживается концепции охраны окружающей среды и принципа экологического устойчивого развития. Благодаря рациональному планированию и научному использованию сельскохозяйственных ресурсов, индустрия туризма и экологическое сельское хозяйство интегрируются и развиваются в совершенно новую отрасль, которая объединяет выращивание сельскохозяйственной продукции, туризм, отдых, шопинг и знакомство с местными обычаями и нравами. Агроэкологический туризм завоевал признание и любовь туристов благодаря своей близости к природе, широкому разнообразию, активному участию и опыту.

На уровне характеристик агроэкотуризма его можно разделить на следующие четыре аспекта: во-первых, агроэкотуризм способен полностью воплотить роль экологического сельского хозяйства в продвижении туризма, достигая более эффективного использования агроэкологических ресурсов, одновременно способствуя трансформации и развитию традиционного сельскохозяйственного производства. Это показывает, что агроэкотуризм имеет сильную экологическую зависимость; во-вторых, с глобализацией экономики сохранение окружающей среды стало общей заботой в странах всего мира. Появление эко-сельскохозяйственного туризма позволяет добиться более эффективного использования агроэкологических ресурсов, а также способствует полной интеграции экологического сохранения и туризма, тем самым достигая эффективности охраны окружающей среды; в-третьих, с диверсификацией экотуризма появилось много интересных занятий и идей, что привело к тому, что туризм не ограничивается осмотром достопримечательностей и экскурсиями. В таком режиме посетители могут получить опыт сельскохозяйственного производства,

познакомиться с фольклором, а также получить удовольствие от близости к природе и сельской жизни. Поэтому агроэкотуризм имеет интересную форму деятельности; в-четвертых, влияние местных обычаев и традиционной культуры привело к разнообразию туристических характеристик в разных регионах, что стимулировало интерес туристов в целом. При развитии агроэкотуризма различные элементы сельской культуры реорганизуются и интегрируются, обеспечивая более богатый эстетический опыт для посетителей. Можно видеть, что развитие агроэкотуризма может в полной мере отражать интеграцию элементов сельской культуры.

С точки зрения значимости агроэкотуризм имеет следующие значения:

1) агроэкотуризм может оказывать влияние на оптимизацию местной сельскохозяйственной производственной структуры, одновременно повышая эффективность использования сельскохозяйственных ресурсов и обеспечивая защиту местной экологической среды.

2) агроэкотуризм также может комплексно решить проблему избыточной сельской рабочей силы в контексте передачи земли, что также косвенно способствует гарантии стабильности социального порядка.

3) агроэкотуризм также содействует развитию и передаче традиционной культуры в регионе и вносит значительный вклад в сохранение целостности местной природы и культуры.

4) агроэкотуризм может способствовать трансформации традиционного мышления и сознания сельского населения и содействовать обмену между городом и деревней, тем самым достигая цели синергетического развития города и деревни.

Для стратегии развития ресурсов агроэкотуризма предлагается следующее:

Во-первых, необходимо усилить охрану ресурсов агроэкологического туризма, чтобы способствовать их устойчивому использованию. Развитие экономики агроэкологического туризма должно полностью включать разнообразие ресурсов агроэкологического туризма и их устойчивое развитие, начиная с освоения и использования земли, создания и использования природных ландшафтов и других аспектов, чтобы полностью "защищать и развивать вместе, чтобы продвигать", в процессе развития и использования ресурсов агроэкологического туризма, чтобы умеренно развивать. Например, в процессе выращивания сельскохозяйственных культур следует экономно использовать удобрения, а в процессе освоения ценных туристических

ресурсов необходимо сохранять природный ландшафт в первозданном виде.

В процессе содействия развитию агроэкотуризма, сельскохозяйственная культура и обычаи могут быть эффективно объединены с опытом проживания в характерных деревенских домах и укладом сельской жизни, так что посетители смогут ощутить целостность агроэкотуризма и смогут действительно испытать жизнь фермеров и достичь цели отдыха, тем самым привлекая больше туристов и способствуя устойчивому развитию экономики агроэкотуризма.

Развитие высокотехнологичного агроэкологического туризма, сочетая преимущества сельскохозяйственной науки и техники, географию и другие преимущества, посредством высокотехнологичного сельского хозяйства стимулирует развитие индустрии туризма, предоставляя разнообразные научно-технические продукты и различные сельскохозяйственные услуги, используя фермеров в качестве основного органа управления, используя передовые научные концепции, высокий уровень науки и техники, интеграцию продуктов и производства, промышленности и сельского хозяйства, для достижения высокой степени диверсификации и коммерциализации. Для содействия устойчивому развитию экономики агроэкологического туризма важно заключить мир с природой, с культурой и с экологической средой, и работать вместе, чтобы создать сельское будущее.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дорогова З. В. Агроэкотуризм как направление стратегического развития региональной экономики // Московский экономический журнал. 2021. № 5. С. 134-144.
2. Гамидова А. Э. Сельский туризм в постпандемийный период // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2021. № 1. С. 162-166.
3. Ли Лонг, Ву Лин. Исследование развития Парка экологического сельскохозяйственного туризма на основе восприятия туристов - На примере Парка экологического сельскохозяйственного туризма Сучжоу Фэнхуанди // Журнал Аньхойского института науки и техники. 2018. №4. С. 90-94.

ДИНАМИКА И СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Шурина С. Д.

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Республика Беларусь, sonak7134@gmail.com*

Решетникова А. Н.

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Республика Беларусь, anbsu@mail.ru*

Рассмотрена динамика развития туризма в Брестской области на основе анализа ключевых статистических показателей, проанализированы факторы, влияющие на структуру современного туристского предложения. Выявлены отличительные особенности развития туризма в регионе с учетом уровня инфраструктурного обеспечения отдельных направлений. Проанализирован вклад Брестской области в развитие туристской отрасли Республики Беларусь.

Ключевые слова: Брестская область; туристская инфраструктура; туристские потоки; динамика развития туризма; гостиничное хозяйство; лечебно-оздоровительный туризм; агроэкотуризм.

DYNAMICS AND STRUCTURAL FEATURES OF TOURISM DEVELOPMENT IN BREST REGION

Shurina S. D.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, sonak7134@gmail.com*

Reshetnikova A. N.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, anbsu@mail.ru*

The paper considers the dynamics of tourism development in Brest region based on the analysis of key statistical indicators and analyzes the factors influencing the structure of modern tourism supply. It reveals the distinctive features of tourism development in the region taking into account the level of infrastructural support of certain sectors. The contribution of Brest region to the development of the tourism industry of the Republic of Belarus was analyzed.

Keywords: Brest region; tourism infrastructure; tourist flows; tourism development dynamics; hotel industry; medical and health tourism; agro-ecotourism.

Брестская область является одним из ключевых регионов в системе туристского обслуживания Республики Беларусь. Способствуют развитию туризма в регионе следующие предпосылки: выгодное географическое положение, богатое природное и историко-культурное наследие, достаточный уровень развития туристской инфраструктуры и предложения дополнительных услуг, обеспеченность туристскими кадрами и уровень их квалификации, сформированный имидж и наличие таких известных туристских дестинаций, как Мемориальный комплекс

«Брестская крепость – Герой» и национальный парк «Беловежская пуца». Ведущими направлениями в развитии туризма в регионе являются культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, экологический, охотничий, трансграничный, событийный, этнографический, агротуризм.

В силу выгодного приграничного рекреационно-географического положения, хорошей транспортной доступности с учетом прохождения по территории европейского транспортного коридора, развитой структуры туристского предложения и сформированного имиджа, Брестская область является привлекательным регионом как для внутренних, так и зарубежных туристов. Так, по данным Брестского областного исполнительного комитета в 2019 г. с туристскими целями область посетило 1 332,7 тыс. человек, из них иностранные граждане составили 280,3 тыс. человек или 21%. Внутренний туристский поток вырос на 12% по сравнению с 2018 г. и составил около 1 млн. посетителей [1].

В допандемийный период (2019 г.) увеличился объем туристских прибытий из Польши, Германии, Литвы, Латвии, Китая, Австрии, Чехии, Швеции, Швейцарии, Эстонии, Болгарии, США, Франции. Эффективной мерой стал безвизовый режим, который позволил иностранным гражданам в течение 15 суток беспрепятственно путешествовать по определенным территориям Брестской области – для индивидуальных туристов, и по всей территории области – для организованных групп.

Организованный въездной туристский поток в Брестской области в 2019 г. вырос на 9,7% и составил 105,7 тыс. человек [2]. Динамика численности иностранных туристов и экскурсантов, посетивших территорию региона в период с 2015 по 2020 гг. была нестабильна. Резкое увеличение доли Брестской области (на 40,7%) в распределении иностранных туристских потоков произошло в 2015 г., когда регион посетили 172,6 тысяч организованных иностранных туристов и экскурсантов (62,5% от общего числа иностранных туристов и экскурсантов РБ). Значительный рост прибытий в первую очередь можно связать с рядом масштабных мероприятий, проводимых в связи с 70-летием Победы в Великой Отечественной войне, что привлекло в регион множество гостей (главным образом из стран бывшего Советского Союза). Еще одной причиной можно назвать то, что с середины июня 2015 г. иностранные граждане могли без визы посетить Национальный парк «Беловежская пуца» на срок до трех дней.

В 2019 году на основании указа № 300 «Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан» от 07.08.2019 г. была создана безвизовая территория «Брест-Гродно», позволяющая гражданам 73 стран мира посещать некоторые территории

Брестской и Гродненской области без оформления виз. Как следствие, основная часть въездного туристского потока в 2019 году распределилась между г. Минск, Гродненской и Брестской областью, на последнюю пришлось 26% прибытий (Таблица 1). В 2020 г. году, не смотря на пятикратное сокращение объема туристского потока в связи с пандемией, Брестская область заняла второе место в рейтинге регионов по туристским прибытиям. Таким образом, Брестская область входит в тройку регионов-лидеров по привлечению иностранных туристов, внося существенный вклад в развитие въездного туризма страны.

Таблица 1 – Динамика численности туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь, в разрезе областей

Область/ год	2012*	2015	2018	2019		2020	
				Тыс.чел.	%	Тыс.чел.	%
Брестская	20,4	172,6	95,4	105,7	26,1	22,0	27,2
Витебская	17,0	25,6	37,6	34,0	8,4	6,6	8,1
Гомельская	1,5	3,7	4,8	5,5	1,4	0,5	0,6
Гродненская	1,5	2,2	94,8	125,2	30,9	21,0	25,9
Минская	76,3	69,1	126,2	126,9	31,3	28,3	34,9
Могилевская	2,2	3,1	8,5	8,1	2	2,5	3,1

* - без учета экскурсантов

Примечание: сост. авт. по [2].

Положительная динамика ключевых показателей развития туристской отрасли в допандемийный период свидетельствует об активном развитии потенциала региона и эффективном его продвижении на внутреннем рынке. Высокой популярностью Брестская область пользуется на рынке культурно-познавательного, оздоровительного, экологического, сельского туризма. Важным фактором привлечения туристских потоков служит наличие природных и культурно-исторических объектов, характеризующихся высокой познавательной ценностью, аттрактивностью, международным статусом (Национальный парк «Беловежская пуца», мемориальный комплекс «Брестская крепость – Герой», мемориальный музей-усадьба Тадеуша Костюшко в Меречевщине, Коссовский дворец, Ружанский дворцово-парковый ансамбль), которые включены во многие экскурсионные программы по стране и являются своеобразными «визитными карточками» Республики Беларусь. Потоки туристов и экскурсантов в наиболее посещаемых дестинациях Брестчины - национальном парке «Беловежская пуца», мемориальном комплексе «Брестская крепость – Герой» в допандемийный период составляли около 450-500 тыс. человек в год.

Современный уровень развития специализированной инфраструктуры Брестского региона можно оценить как достаточно

высокий. Наблюдается тенденция роста числа объектов специализированной инфраструктуры. В функциональной структуре размещения туристов традиционно доминируют предприятия гостиничной индустрии. Особенностью региона является значительный вклад индивидуального частного сектора в размещение туристов, данный показатель значительно выше, чем в других областях (Рисунок 1). Это свидетельствует, в том числе, о привлекательности Брестской области для самостоятельных туристов и достаточно высокой степени сформированности туристской среды.



Функциональная структура потока туристов в коллективных средствах размещения Брестской области.

Примечание: сост. авт. по [2; 5].

По количеству гостиниц и аналогичных средств размещения Брестская область уступает только Минской области (107 ед. в 2020 г. – 18% от общего числа по стране). За период с 2012 по 2020 гг. число гостиниц и аналогичных средств размещения увеличилось в полтора раза.

По количеству иностранных туристов, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения лидирующая роль в стране принадлежит Минской области (64,8%). Это объясняется тем, что значительная часть крупных и сетевых гостиниц находится в г. Минске, куда направлен основной поток иностранных туристов. Тем не менее, Брестская область выделяется среди других областей, занимая второе место по данному показателю (Таблица 2). Аналогичная ситуация характерна и для внутреннего рынка. На Брестскую область в 2019 г. пришлось 17% от общей численности лиц, размещенных в гостиничных предприятиях страны. В 2020 г. объемы обслуживания гостиничных предприятий значительно снизились вследствие пандемии COVID-19.

Тем не менее, Брестская область продолжает занимать второе место в стране (после Минской области) по данному показателю.

Таблица 2 – Динамика численности лиц, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения, в разрезе областей Республики Беларусь

Область/ год	2012	2015	2018	2019		2020	
				Тыс.чел.	%	Тыс.чел.	%
Численность иностранных лиц, тыс.чел							
Брестская	146,7	99,3	139	151,3	13,6	37,3	11,7
Витебская	91,6	58,4	73,5	72,5	6,5	21,2	6,6
Гомельская	58,9	44,1	55,8	59,6	5,3	19,8	6,2
Гродненская	40,2	37,9	64,6	69,6	6,3	16,4	5,1
Минская	343,8	415,3	664,3	723,1	64,8	212,5	66,4
Могилевская	46,5	32,7	39,8	39,8	3,6	13,1	4,1
Численность размещенных лиц – граждан Республики Беларусь, тыс.чел.							
Брестская	164,4	138,4	149,9	162,9	16,9	133,2	17,7
Витебская	160,7	132,9	141,7	134,4	13,9	95,7	12,7
Гомельская	180,6	139,1	139,5	130,9	13,6	99,4	13,2
Гродненская	122,7	92,4	94,5	85,9	8,9	69,1	9,2
Минская	326,9	305,1	324,6	342,7	35,5	268,2	35,7
Могилевская	141,5	110,5	120,0	108,3	11,2	85,1	11,3

Примечание: сост. авт. по [2; 3].

Брестский регион обладает рядом предпосылок для активного развития лечебно-оздоровительного туризма с учетом природно-ресурсного потенциала и уровня развития специализированной инфраструктуры [6]. На территории Брестской области находится 14% (2020 г.) от общего числа санаторно-курортных и оздоровительных организаций страны. Санаторно-курортное хозяйство в регионе характеризуется мощным коечным фондом, однако, в показателе общей вместимости предприятий лечебно-оздоровительного туризма Брестской области не наблюдалось значительных изменений за последние 10 лет.

На территории области находится наибольшее количество санаториев (11 ед.) по сравнению с остальными областями Республики Беларусь, за исключением Минской. Общая численность размещенных в санаторно-курортных, оздоровительных организациях в допандемийный год составляла 116 тысяч чел., что ниже уровня 2012-2014 гг. (Таблица 4). На современном этапе регион уступил свои позиции Витебской и Гродненской областям в рейтинге объемов обслуживания предприятий лечебно-оздоровительного туризма, что не соответствует его потенциалу и потребностям населения. Положительной динамикой, тем не менее, отличаются объемы обслуживания в санаториях области. Характерной особенностью развития сети здравниц в регионе является ее высокая

территориальная концентрация. Так, на долю трех районов с самой высокой плотностью сети приходится свыше 60 % лечебно-оздоровительного коечного фонда области, что отражает влияние центров спроса, которые формируют города Брест и Барановичи [4].

Таблица 3 – Динамика численности лиц, размещенных в санаторно-курортных организациях и других специализированных средствах размещения, в разрезе областей Республики Беларусь

Область/ год	2012	2015	2018	2019		2020	
				Тыс.чел.	%	Тыс.чел.	%
В санаторно-курортных и оздоровительных организациях – всего, тыс.чел.							
Брестская	122,8	113,2	113,2	116,0	13,3	80,6	12,8
Витебская	115,9	100,3	121,0	122,7	14,1	102,7	16,3
Гомельская	113,9	96,3	100,1	104,9	12,1	76,7	12,2
Гродненская	107,2	88,6	112,6	117,7	13,5	77,4	12,3
Минская	346,3	319,0	352,1	361,4	41,6	254,7	40,5
Могилевская	38,4	43,3	41,3	47,7	5,5	36,5	5,8
из них в санаториях, ,тыс.чел.							
Брестская	60,2	54,0	61,0	62,4	13,7	40,9	13,5
Витебская	40,3	37,3	52,7	55,5	12,1	40,9	13,5
Гомельская	70,4	55,5	60,1	61,9	13,5	39,9	13,2
Гродненская	56,3	51,6	65,1	66,8	14,6	39,4	13,0
Минская	172,2	162,2	171,6	177,9	38,9	119,0	39,3
Могилевская	25,1	29,1	30,0	32,3	7,1	22,3	7,4

Примечание: сост. авт. по [2; 3]

В последнее десятилетие наблюдается активный рост числа субъектов агроэкотуризма на территории Брестской области. К 2020 г. инфраструктура агроэкотуризма в регионе включала 434 предприятия, их количество увеличилось более чем в два раза по сравнению с 2012 г. По количеству агроусадеб Брестская область занимает третье место среди других регионов страны. Услугами субъектов агроэкотуризма Брестской области в 2019г. воспользовались 81,2 тыс. человек, что составляет 15,8% от общего по стране показателя (Таблица 4). В объеме потока 10 тыс. чел. – иностранные граждане; каждый пятый иностранный агротурист был обслужен субъектами агротуризма Брестского региона. Агроусадыбы зарегистрированы во всех районах области, наибольшее количество объектов характерно для Брестского (79), Каменецкого (73), Кобринского (38), Барановичского (29) районов [1]. Важным фактором эффективного развития сельского туризма в регионе является активное внедрение кластерных инициатив.

Таблица 4 – Динамика численности туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, в разрезе областей Республики Беларусь

Область/ год	2012	2015	2018	2019		2020	
				Тыс.чел.	%	Тыс.чел.	%
Численность иностранных лиц							
Брестская	3,7	5,4	12,1	10,0	20,4	1,7	18,7
Витебская	3,8	4,1	5,5	6,3	12,9	0,7	7,7
Гомельская	1,2	1,5	0,6	0,9	1,8	0,1	1,1
Гродненская	2,8	3	5,1	7	14,3	1,8	19,8
Минская	16,1	15	17,2	20,3	41,4	3,9	42,9
Могилевская	11	3,9	2,6	4,5	9,2	0,9	9,9
Численность граждан Республики Беларусь							
Брестская	16,6	36,2	65,3	71,2	15,3	67,7	16
Витебская	19,6	25,7	36,6	50,3	10,8	56,9	13,4
Гомельская	15,7	25,6	34,7	40,6	8,7	39,7	9,4
Гродненская	34,0	54,2	65,3	78,5	16,9	63,9	15,1
Минская	68,8	91,5	135,9	177,9	38,2	153,7	36,2
Могилевская	29,3	28,1	41,3	47,2	10,1	42,2	9,9

Примечание: сост. авт. по [2].

Представленные авторами данные о доле Брестской области в ключевых показателях развития туристского обслуживания позволяют охарактеризовать вклад региона в развитие туризма страны (таблица 5).

Таблица 5– Вклад Брестской области в развитие туризма в Республике Беларусь

Показатель	Доля региона, %			
	2012	2015	2019	
Организованный въездной туристский поток	17,6	62,5	26,1	
Организованный внутренний туристский поток (по маршрутам РБ)	14,4	42,9	55,9	
Объем обслуживания в гостиницах и аналогичных средствах размещения, в том числе:	17,1	14,8	15,1	
	- иностранных граждан	20,2	14,4	13,6
	- граждан Республики Беларусь	15,0	15,1	16,9
Объем обслуживания санаторно-курортными, оздоровительными и другими специализированными средствами размещения, всего	14,5	14,9	13,3	
из них:				
В санаториях	14,2	13,8	13,7	
В других специализированных средствах размещения	15,3	16,0	13,0	
Объем обслуживания субъектами агроэкотуризма, всего	9,1	14,1	15,8	
из них:				
Иностранцев граждан	9,6	16,4	20,4	
Граждан Республики Беларусь	9,0	13,8	15,3	

Примечание: сост. авт. по [2; 3;5]

Таким образом, по показателям развития внутреннего и въездного организованного туризма Брестская область входит в стране в тройку лидеров. Развитие туристского обслуживания в регионе характеризовалось положительной динамикой в период 2015-2019 гг. Однако, в таких сферах как гостиничная индустрия и лечебно-оздоровительный туризм показатели объема туристского потока оставались ниже уровня 2012г. Устойчивые положительные темпы роста, как количества объектов инфраструктуры, так и объемов обслуживания были характерны для агроэкотуризма Брестчины. На современном этапе Брестская область занимает второе место после столичного региона по численности иностранных туристов и экскурсантов, посетивших страну, объемам обслуживания в гостиницах и аналогичных средствах размещения, количеству иностранных гостей, обслуженных субъектами агроэкотуризма, что позволяет говорить о значительном потенциале области в сфере въездного туризма, успешном развитии сельского, культурно-познавательного, делового туризма. С учетом негативного влияния ситуации с пандемией и возрастающей потребности в оздоровлении населения Республики Беларусь особого внимания требует развитие сектора санаторно-курортного хозяйства, чей потенциал в регионе используется не в полной мере.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Интернет-портал Управления спорта и туризма Брестского областного исполнительного комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://bresttravel.by>. (дата обращения: 10.10.2021).
2. Регионы Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. комитет Республики Беларусь; редкол.: И.В.Медведева [и др.]. – Минск, 2021 – Т. 1. : Социально-экономические показатели. – 776 с.
3. Регионы Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. комитет Республики Беларусь ; редкол.: И.В.Медведева [и др.]. – Минск, 2015 – Т. 1. : Социально-экономические показатели. – 774 с.
4. Решетникова А. Н. Развитие лечебно-оздоровительного туризма в Брестской области / А. Н. Решетникова // Беларусь в современном мире: материалы четырнадцатой междунар. конф., посвящ. 94-летию образ. Белорусского гос. ун-та, 29 окт. 2015 г. / редкол.: В. Г. Шадурский [и др.]. – Минск: Изд. центр БГУ, 2016. – с. 243-245.
5. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. комитет Республики Беларусь ; редкол.: И.В.Медведева [и др.]. – Минск, 2020 – 31 с.
6. Туристская энциклопедия Беларуси / З. Я Андриевская, В. Ф. Винокуров // редкол.: Г. П. Пашков [и др.]; под общ. ред. И.И. Пирожника. – Минск: БелЭн, 2007. – 648с.

NETWORKING, CLUSTERING AND CREATIVITY AS A TOOL FOR TOURISM DEVELOPMENT IN RURAL AREA OF BELARUS

Klitsounova V. A.

*Belarusian Association of Agro- and Ecotourism "Country Escape", Belarusian State University,
Dunina-Martsinkevicha Str., 220092, Minsk, Belarus, lera@ruralbelarus.by*

The article aims to demonstrate effectiveness of networking and cluster formation for tourism development in rural area of post-soviet countries. Tourism clusters impact on the destination competitiveness is discussed on the basis of economic theory using three case studies from Belarus and the field work method as well as the literature study. A conceptual model of visitor experience value chain has been upgraded and proposed for discussion together with key design principles in experience creation.

Key words: Networking; tourism cluster; Belarus; rural tourism development; visitor experience value chain; creative economy; heritage interpretation.

СЕТЕВОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ, КЛАСТЕРИЗАЦИЯ И КРЕАТИВНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Клицунова В. А.

*Белорусская ассоциация агро- и экотуризма «Отдых в деревне»,
Белорусский государственный университет,
ул. Дунина-Марцинкевича, 220092, Минск, Беларусь, lera@ruralbelarus.by*

Цель статьи - продемонстрировать эффективность применения сетевого объединения и кластерного подхода для развития туризма в сельской местности постсоветских стран. Рассмотрено влияние туристических кластеров на конкурентоспособность дестинации на основе экономической теории с использованием трех примеров из Беларуси и метода полевых работ, а также изучения литературы. Разработана и представлена модель цепочки создания стоимости впечатлений посетителей вместе с ключевыми принципами проектирования при создании впечатлений.

Ключевые слова: Сетевое объединение; туристический кластер; Беларусь; развитие сельского туризма; цепочка создания стоимости впечатлений посетителей; креативная экономика; интерпретация наследия.

Tourism is fast growing industry which attracts now a lot of new actors from rural periphery willing to develop it. At the same time tourism is cross-cutting industry. Unlike other products offered by manufacturing companies, tourism products are heterogeneous and consist of plenty complementary

components provided by suppliers from various public and private sectors. There are several socio-economic models and frameworks which demonstrate their effectiveness in tourism development in rural area. One of the most successful is cluster model based strong public-private partnership (PPP) and networking.

Two types of functional tourism networks are defined in the literature: formal and informal networks. The informal networks are comprised of individuals who run their own small businesses and interact with friends, relatives on an informal basis to obtain their support and help [1]. Such tourism networks characterize rural periphery in developing and post-socialist countries where informal contacts are the main assistance available [10]. Formal tourism networks, on the other hand, denote business interaction either between individual businesses and various private or public organizations or between individual businesses only in order to take advantage of economies-of-scale and marketing [5, 3].

The formation of tourism clusters seems to be the simplest way to create a formal network and organize offer that would objectify a complete tourism product at the level of tourism destination [6].

Belarus is a country with transition economy, tolerant people mentality and big resources for tourism. Belarus is situated in the center of European continent. The forests, rural countryside, villages, towns and cities of Belarus provide an excellent venue for an outstanding, world-class visitor experience. One of the most important elements of this experience is interacting with the warm, friendly and hospitable citizens of Belarus.

Over the past decades, Belarus has made a strong beginning in developing rural tourism.

For tourism development in rural destination two models are supposed to be the most effective and inspiring for local community of Belarus – tourism cluster and experience visitors value chain. They help to create holistic product with distinct theme and brand, develop new creative tourism businesses, and enhance place quality and attractiveness of destination.

Experience visitors value chain model in developing tourism cluster has its peculiarity and differs from classical Porter's version. The author suggests new upgrading version of it. According to this model visitors experience is core element of the chain and should be incorporated in its every element (Figure 1). Also it demonstrates that tourism SMEs have much more freedom than in classical model and may promote and sell their services and goods directly to the customers. They are rather independent actors. They are not really links in one production chain. They also provide additional access to other cluster members which complement the whole tourism product. It is sort of cross-

selling. Being united in one destination product and being promoted under one brand they have more customers.

A tourism value chain approach is used like the methodology for analyzing the process and identifying gaps and opportunities to increase value through positive actions or the elimination of constraints. It demonstrates which actors are needed in tourism clusters and help incorporate them in whole process. It will result in value enhancement and increased competitiveness.

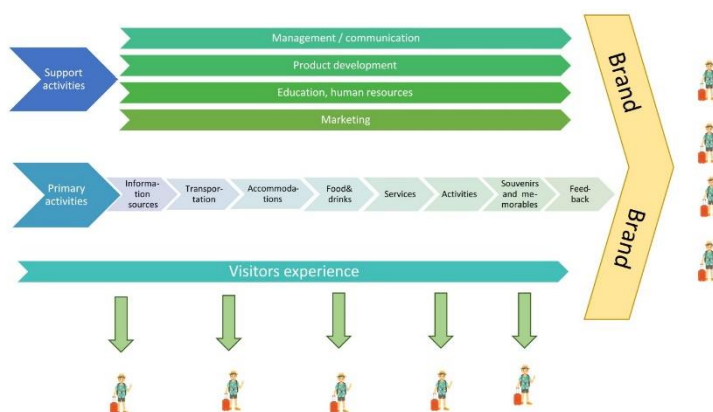


Figure 1. Visitor Experience Value Chain
Source: created by the author on the basis of Porter model.

Three different cases of tourism cluster development are described below. They have three different scenario of cluster formulation and development – “Volozhin routes” in Minsk region is based on cooperative management, “Muhavetc Pantry” in Brest region is managed by private business owner and “ZelvaDiary” in Hrodna region where local authority conduct the process but all of them use experience creation.

“Volozhin Routes” cluster

The most successful examples which illustrate the process mentioned above is cluster “Volozhin Routes”.

There are several items that make the Volozhin region an excellent destination for tourists. First, the natural and cultural landscapes are outstanding. The Naliboki Forest is one of the best ecosystems anywhere in Europe. It also contains a fascinating human story (Jewish partisans during II World War) that was transformed into the movie “Defiance.” There are 184 heritage sites here which are included in state Belarusian heritage list. Second, the region has a number of established farmsteads that can accommodate tourists. Third, there is a variety of other activities for tourists to enjoy, from the Monkey EcoPark, to river canoeing and kayaking, to hiking and bicycling trails.

Ten years ago initiative group created strong informal network for tourism development based on friendship. It was a bottom-up approach and now Volozhin region benefits from strong local leadership. Initiative group included 20 active people – country homestay owners, craftsmen, historians, representatives of local natural reserve, artists, musicians, farmers, etc. This group has become a real team and the region became soon a pilot territory of UNDP project “Sustainable development on local level” (2009-2011). In frame of this project, the Greenway was developed as well as logo, brand and name “Volozhin Routes”. Several banners, signs, booklets were produced and mini-grants program supported local tourism initiatives has been implemented. Strong public-private partnership was established (local authorities, local community, business, NGOs) and since that time the network is growing fast.

Some facilities on the ground that support tourism started to be developed. “Volozhin Routes” are based on a fundamental concept in Greenways sort of tourism cluster. In essence, the greenway ‘visitor experience’ involves moving through the landscape, usually by non-motorized transport (walking, bicycling, paddling, riding) along a continuous linear Greenway route that connects sites of natural, historic or cultural significance and farmsteads. The quality of the visitor experience is determined by the environment (for example, the weather or physical characteristics of the trail, roadway, or waterway) and by the information (for example, greenway brochures, websites, tour guides, or interpretive signs) provided to the visitor to help understand the significance of the sites and region. The goal in designing the ideal ‘visitor experience’ is to touch all the visitor’s senses in a deep and memorable way through interpretation.

The Greenway “Volozhin Routes” has become an innovative tourism product with a variety of activities, tourist sites and festivals. Newly created ecomuseums raised tourists interest – these are places where one can get acquainted with bee life, taste pancakes with honey, learn to dance and sing Belarusian songs, do something with clay and the like. Modeling interactive excursion along the Greenway was developed which was presented on International tourism exhibition in Minsk (capital of Belarus). The informational center was established. These processes led to rapid tourism development in the region. It unites people from different places of the region and name “Volozhin Routes” is used now for all destination.

Tourism development in Volozhin region

Indicator	Year													
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Number of farmsteads	3	13	20	25	29	26	28	33	36	39	41	49	59	65

Source: Sport and Tourism Department, Volozhin Region Executive Committee.

“Volozhin Routes” was the first destination in Belarus, which has organized non-governmental organization – “Cooperative for Rural Tourism Development” and took responsibility for growth and formalization of the cluster. It united the most active tourism leaders, farmers, craftsmen and act as accelerator of innovations.

The cooperative has developed website, participate in different project initiatives, and attend tourism fairs.

Creativity became a main feature of the destination. There are farmsteads with unique educational programs, master-classes, workshops where tourist can learn how to make bread, pottery, musical instruments, create your own handmade paper, sing and dance traditional songs, try life of Belarusian partisans in the forest, learn how to plant flowers and look after bees, watch horses show, etc. It inspired many other SME to do something creative, provide experience and work together. The destination has got 59000 tourists last year and amounts of groups from tour operator increased from 131 in 2015 till 231 in 2017.

New EU project “Volozhin without barriers” has been launched here and many services and attractions became more accessible for people with disability. The first accessible ecotrail in Belarus has been opened in Naliboky forest recently. Cluster “Volozhin Routes” plans to reach new level, be involved in different project initiatives, sign new contract with international tour operators, become a learning arena for tourists and visitors.

“Muchavec Pantry” cluster

This cluster has been formulated within the framework of the USAID Project “Local Entrepreneurship and Economic Development” (LEED Project), implemented by UNDP in Belarus (2012-2014).

The LEED Project was aimed to strengthen the role of the private sector in the economy of Brest region and in the thriving tourism sector of the Republic of Belarus. One of the LEED Project’s targets was to establish destinations possessing tourist resources and high PPP, based on clustering potential.

As a result, the LEED Project has given impetus to the establishment and development of 17 tourism destinations and one of them was “Muchavec Pantry”.

Since 2014 much has been achieved in this destination. The main theme connected with local culture and history has been formulated for this territory – “pantry of valuable things”. The local activists did a lot in finding and restoration artefacts connected with local cultural heritage, ethnographic and ecological festivals organizing, safeguarding of traditional folklore, rites and crafts.

Informal network for cluster development “Muchavec Pantry” consists of 13 homesteads ready to provide meal and accommodation for more the 90 people. There are 5 thematic club provided different programs of medieval period, Belarusian folk music, horses entertainment. Also there is company producing different souvenirs by disable young people. There are 8 craftsmen with their workshops (pottery, carpentry haft, etc.)

The destination is famous for its gastronomic traditions and master-classes with local chefs from homesteads. At least 20 different thematic programs have been developed and at least 5 annual festivals are taking place here every year. The leader of this strong network is local businessmen who represents interests of all members of this informal cluster.

They have their own website www.kumora.by. They are very active in social network – Facebook, Instagram, Youtube and Russian nets – Vkontakte and Odnoklassniki.

The cluster representative has signed contracts and cooperated with 16 tour operators from Belarus and neighboring countries. They promote and provide 50% of all sales. Some indicators demonstrate steady positive growth in “Muchavec Pantry”.

Number of events with special program for tourists increased from 17 in 2016 till 30 in 2018. Number of tourists taken part in these events increase from 447 (including 58 foreigners) in 2016 till 873 (including 488 foreigners) in 2018. Foreign tourist are mainly from Russia, Israel, Sweden, Poland.

There are no really big businesses in the destination and there are no huge investments right now. This is the reason why local SMEs took course to experience economy creation. All programs, activities, events they organize and promote are based on experience, creativity and have been checked by experience wheel models. They do not require a lot of financing.

Most of tourism components of value chain have creative elements. It makes product unique and provide competitive advantages. Good example of creativity is one of the most popular programs – water tour on ancient Vikings boat with people in special costumes. Vikings tell tourists the stories about their life and treat them with old traditional food [7].

The support activities in cluster development is provided by private business leader. This person became an accelerator of most innovative process in product development and marketing. Most of small actors (tourism SMEs) united around this leader and work very actively. Some of big SMEs still operate independently and join cluster program only time to time. It creates some difficulties in management and coordination. There is no any organization, which can act as formal cluster. But members are planning to set up an organization soon and attract more people.

“Zelva Diary” cluster

Zelva Diary destination is located in Hrodna region in western part of Belarus. It is not very popular tourist destination, which at the same time possesses the necessary infrastructure for accommodation, catering, entertainment and recreational activities. There are 8 farmsteads, 6 private farms, 8 state agro-enterprises, one of the biggest artificial lake, the oldest gothic church of XV century in Synkovichy, big annual Hanna Fair which used to be the biggest in Europe after Leipzig Fair in Germany. But there is no something special in this tourism product which differs it from competitors and most of tourists and tour operators considered it as a transit destination.

This is the territory where local authorities took initiative to develop tourism and the strategy of tourism cluster development has been formulated within the framework of the USAID “Local Entrepreneurship and Economic Development Project” (as LEED Project).

The local community, including private companies operating in tourism industry, local authorities and NGOs were involved in strategic planning process. Efficient network and cooperation within public-private partnership can help to establish a tourism cluster to serve as a basis for forming regional tourist product.

During last years members and partners of informal cluster decided to structure and upgrade their tourism product and we suggested them a visitor experience value chain as an efficient tool for that.

Some years ago, they have chosen Greenway concept to create tourism product “Zelva Diary”. But they couldn’t find something special and unique to attract tourists. They finally decided to use their culinary heritage as main theme for their tourism product, create experience around food and use local culinary intangible heritage, turn Zelva region into gastronomic destination and add creative component in each elements of value chain. Country Escape managed to get two small grants from US Embassy in Minsk for that.

To inform potential visitors about tourism product cluster members use many promotional tools. They are very active in social network (Facebook, Instagram, V Kontakte, etc) and use many really good photos of food and people enjoy it. They put very good article and organize voting and discussions in frame of culinary regional contests. They put a beautiful billboard with culinary map of the region. They added a gastronomic component to annual Hanna Festival – big food court with cooking classes, degustation, samplings, presentations and food souvenirs. The numbers of visitors attended this festival is growing from 3700 people in 2015, to 4500 in 2017 and 5000 in 2018.

Within last years few expeditions of local schools organized few culinary expeditions. They found many old recipes in the village, analyses them, print booklets and postcards with the best dishes.

Then regional culinary contest with very active participation of local population and media has been organized. It helped to raise awareness about local culinary heritage. Also 9 best dishes were chosen as the best traditional dishes and they have been introduced to local cafes and restaurants for its menu. In addition, few culinary tours and cooking class have been developed. One unique program has been introduced – a performance based on local folklore. Local poet wrote a play about local rite “Svezhina” connected with making different dishes from pork after Christmas lent. This program now is very popular. Owners of local farmstead “Veres” actively participated in it. It is the most desirable program in wintertime.

Local authority in Zelva region are very active trying to strengthen network of people developing tourism in the region. They have designed and implemented 18 different projects sponsored by EU funds, USAID and USA Embassy in Minsk. 15 of them are connected with tourism and accelerate its growth. They are leading process of cluster development. They are very active and creative. However, number of tourism SMEs is still not enough to create critical mass, which turn this region into popular tourism destination. Their latest initiative in gastronomic experience sounds very promising. The region became a partner in EU Project “Promoting preservation and promotion of culinary heritage and crafts”. They recently created destination management organization “Zeleva” and make their activity more structured and efficient based on visitor experience value chain.

Tourism cluster development may follow different scenarios and have different starts. In case studies from Belarus clusterization in different destinations is conducted by local nongovernmental organization, private business representative and local government. They provide management and communication, education of local SMEs and community representatives, product development and marketing of the destination. However, at the end success depends on the strength of ties between cluster members network and their ability to work together as one team.

REFERENCES

1. Birley, S. (1985). The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 107-117.
2. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
3. Copp, C. B., & Ivy, R. L. (2001). Networking Trends of Small Tourism Businesses in Post-Socialist Slovakia. *Journal of Small Business Management*, 39(4), 345-35
4. Cunha, C.J., Cunha, S. K. (2005). Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development, *BAR. Brazilian Administration Review*. 2., p. 47-62.
5. Jelinčić, D. A., & Mansfeld, Y. (2019). *Creating and managing experiences in cultural tourism*. New Jersey: World Scientific.

6. Kachniewska, M. (2013). Towards the Definition of a Tourism Cluster. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*,9(1), 33-56
7. Klitsounova, V. (2015)*Heritage Interpretation in Tourism: New Approaches in Experience Economy Era*. Minsk: Ecoperspective.
8. Manseld, Y. & Rashty, D. (1999). *A Feasibility Study of "The Heart of the Galilee" Network*. Haifa: Center for Tourism, Pilgrimage and Recreation Research, University of Haifa.
9. Ozcan, G, (1995) Small Business Networks and Local Ties in Turkey. *Entrepreneurship and Regional Development* 7, 265-282.

Научное издание

**АГРОЭКОТУРИЗМ
В ПЕРИОД СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ:
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ**

**Материалы
XII Национальной научно-практической конференции
с международным участием**

**Республика Беларусь
Минск, 25 ноября 2021 г.**

В авторской редакции

Ответственный за выпуск *Н. И. Богино*

Подписано в печать 24.12.2021. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.
Ризография. Усл. печ. л. 8,60. Уч.-изд. л. 8,83.
Тираж экз. Заказ

Белорусский государственный университет.
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/270 от 03.04.2014.
Пр. Независимости, 4, 220030, Минск.

Отпечатано с оригинал-макета заказчика