

# ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА КАК КЛЮЧЕВОГО СЕГМЕНТА РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

**Д. В. Кабельков**

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

Рассмотрены основные инновационные направления развития агроэкотуризма. Сформулированы приоритеты долгосрочного развития агроэкотуризма в Республике Беларусь. Обозначены пустующие ниши данной отрасли туризма и представлены концептуально новые. Проведен обзор перспективных форм турпродукта, способствующих увеличению потока туристов и дальнейшему развитию отрасли.

**Ключевые слова:** экологический туризм; агротуризм; туриндустрия; туристский продукт; инновации; сельский туризм; агроэкотуризм; инновационное развитие; концептуально новые формы турпродукта.

## INNOVATIVE STRATEGIES OF AGROECOTOURISM DEVELOPMENT – A KEY SEGMENT OF THE TOURISM SERVICES MARKET IN BELARUS REPUBLIC

**D. V. Kabelkov**

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

The main innovative directions of agro-ecotourism development are considered. The priorities of the long-term development of agro-ecotourism in the Republic of Belarus are formulated. The empty niches of this tourism industry are indicated and conceptually new ones are presented. A review of promising forms of tourism products that contribute to an increase in the flow of tourists and the further development of the industry has been carried out.

**Keywords:** ecotourism; agrotourism; tourism industry; tourism product; innovation; rural tourism; agro-ecotourism; innovative development; conceptually new forms of tourism product.

В условиях рыночной экономики к организациям, оказывающим туристические услуги, приходит понимание необходимости разработки новых товаров и услуг; также очевидными становятся выгоды от внедрения инновационных проектов в сфере туризма. В этом контексте представляются важными инновации самого турпродукта, т.к. концептуально новые формы оказания туристических услуг являются ключевым фактором привлечения новых потоков туристов и увеличения объемов продаж, а соответственно и

прибыли. К предпосылкам возникновения инноваций можно отнести следующие факторы: рост у населения спроса на знакомство с образом жизни в других регионах и приобретении новых знаний; перенасыщение многих традиционных дестинаций; растущая конкуренция среди одноплановых турпродуктов. Особое место в системе современного мирового туристского рынка занимает агротуризм.

Сегодня его принято рассматривать в качестве одного из ведущих и активно развивающихся секторов туристского рынка. Многие исследователи связывают это с возрастанием осознания обществом экологических проблем, увеличением техногенных нагрузок на общество, растущей урбанизацией и другими факторами [2]. Именно поэтому наиболее актуальным, по моему мнению, на данном этапе развития туризма в Республике Беларусь является внедрение концептуально новых турпродуктов в сферу агроэкотуризма.

На данном этапе развития отрасли наиболее распространённым направлением данного вида туризма являются: сельский туризм в деревне. Согласно мини исследованию, проведенному автором, первой ассоциацией с агроэкотуризмом у 72% опрошенных было посещение агроусадыбы (т.е. сельский-/этнотуризм); 25% опрошенных в первую очередь подумали об отдыхе на природе, экотуре в ООПТ; 3% поставили на первое место другие формы (глемпинг, арт-фестивали и выставки, ретриты на природе).

Из представленных выше данных следует, что как минимум две туристические ниши остаются незаполненными. Основы агроэкотуризма, как известно, следующие: содействие охране природы и местной социокультурной среды; участие местных жителей и получение ими доходов от туристической деятельности, что создает для них экономические стимулы к охране природы; экономическая эффективность и вклад в устойчивое развитие посещаемых регионов. Следовательно, при развитии и росте популярности иных видов агро-экотурпродукта положительное влияние, оказываемое экотуризмом на экономику и природу, осуществляется в трех направлениях.

Специалисты выделяют осуществление инновационной деятельности также в трёх направлениях. Прежде всего, это внедрение организационно-управленческих инноваций по реорганизации, концентрации на основе технологических, информационных разработок, кадровой политики, рациональной экономической и финансовой деятельности.

Затем маркетинговые инновации, включающие новые технологии и методы исследования рынка, потребностей и целевых сегментов, интернет-проекты по взаимодействию с клиентами и поиску каналов реализации услуг, коммуникационные разработки.

Продуктовые инновации направлены на изменение потребительских свойств туристского продукта, а также на новое позиционирование и конкурентные преимущества [1].

При этом, именно продуктовые инновации, в первую очередь, способны увеличить поток туристов. Только высококачественный и полезный для потребителя продукт может с максимальным эффектом быть распространён на рынке, в том числе и с использованием новых методов рекламы и продвижения. В первую очередь потребитель в подавляющем большинстве случаев оценивает полезность товара, а показатели продаж дистрибьютера товара или услуги растут в геометрической прогрессии, только когда он сам осознают всю степень полезности своего продукта для общества.

Рассмотрим основные инновационные направления развития агротуризма.

Первым перспективным направлением является глэмпинг (англ. Glamping) – разновидность кемпинга, объединяющая в себе комфорт гостиничного номера с возможностью отдыха на природе. Данное направление экотуризма особенно перспективно в Республике Беларусь из-за большого количества ООПТ, представленных на территории государства, а также с учетом высокого туристского потенциала дикой природы страны. Глэмпинг отлично подходит для размещения на территориях, где запрещено капитальное строительство, что в значительной степени может способствовать росту доходов всех ООПТ страны. Также, данное направление экотуризма отлично сочетается с другими направлениями, описанными далее в статье, что позволяет создавать целые кластеры эко-туслуг. С точки зрения владельцев агроусадоб глэмпинг также может рассматриваться как перспективная форма предоставления туристических услуг: строительство глэмпов является менее затратным по времени и капиталовложениям, чем капитальная застройка; такая форма проживания, несомненно, привлечёт новых туристов, а разнообразие форм и видов самих глэмпов способно обеспечить их интеграцию в общий стиль и концепцию усадьбы.

Освещая данный вопрос, в первую очередь, хотелось бы обратить внимание на опыт организации глэмпингов российской компании «Russia Discovery», уже на протяжении семнадцати лет работающей на российском рынке. Данный опыт примечателен успешным развитием сети глэмпингов, основанной на принципах агротуризма. Основой успеха данной компании является тесное сотрудничество с представителями местного населения, которые активно принимают участие в разработке туристических маршрутов, приёме гостей, проведении туров и организации активного отдыха. Схема функционирования «Russia Discovery» является в общих чертах следующей: поиск туристски-привлекательных природных локаций – помощь с организацией глэмпинга собственнику земли (будь то физ. лицо,

муниципалитет или федеральная организация) – активное привлечение местного населения для обеспечения работы дестинации – использование своего маркетингового потенциала для максимизации потока туристов.

Не секрет, что на современном этапе развития рынка только нетворкинг и сотрудничество способны обеспечить продукту или услуге максимальный успех в реализации. Именно исходя из данного утверждения происходит построение бизнес-модели «Russia Discovery».

Наконец, концепция глэмпингов отлично коррелирует с современным запросом населения крупных городов на отдых от городской суеты, на «подзарядку» энергией от дикой природы. Глэмпинги открывают массу возможностей для сотрудничества с организациями, проводящими различные мероприятия по спортивным практикам с выездом на природу (йога), психологическим ретритам и др.

Другим инновационным направлением развития акроэкотуризма является брендинг. Бренд продукта является одним из ключевых факторов его успешного продвижения. Но при более глубоком изучении сложившейся на белорусском рынке структуры сельского туризма становится ясно – помимо брендинга непосредственно турпродукта, существует острая необходимость брендинга районов и регионов. Ведь в действительности, не только каждая административная единица Республики, но также каждое отдельно взятое поселение, является носителем уникальных этно-культурных особенностей. Это отражается в традициях, кухне, особых праздниках, одежде и особенностях строительства жилищ коренного населения района. Эти особенности должны в полной мере быть отражены и в агроусадьбах, расположенных в этих районах. И речь здесь не только об организации своих уникальных мероприятий, празднеств и экскурсий, а также об общей стилистике оформления усадьбы, вплоть до строительных материалов и расположения построек.

Исторически сложились (к началу XX века) два основных типа застройки крестьянского двора: замкнутый (круглый, веночный двор; каре) и линейный (погонный).

Замкнутый двор (наиболее старый тип, т.к. мог служить и в целях обороны) характерен для бессистемных, гнездовых поселений. Чаще всего был встречаем на Полесье, но с продвижением с юга на север замкнутость построек увеличивалась и наблюдался постепенный переход к двору крытого типа, подобного тому, что распространен на русском севере.

В Поозерье и Поднепровье были известны крытые дворы. На юге Поднепровья и в Восточном Полесье до начала XX века существовали дворы-курени. Жилье в них размещалось в центре, и было окружено со всех сторон хозяйственными постройками.

Линейная застройка начала формироваться в период заселения дреговичей в Полесье [3].

Также стоит отметить тот факт, что в зависимости от типа почвы, плодородности земли и степени заселённости, наличия вблизи домов рек архитектура исторических жилищ также в значительной степени различна: в тех поселениях, где свободной земли было мало – участки узкие, а строения вытянутые в длину; в равнинных районах, где усадьба могла просматриваться со всех сторон, не выделяется определённой фасадной стороны – все четыре стены жилища оформлены как лицевые. Отличия можно найти даже в видах и формах бревен, использовавшихся для постройки срубов, а также в способе их укладки.

Всё это необходимо не для каких-либо абстрактных идей индивидуальности. Концепция брендирования районов приведёт к реальному результату – увеличению потока туристов. В действительности владельцам агроусадьб стоит задуматься: что сподвигнет туристов на длительное путешествие – иногда даже в соседний регион – чтобы посетить точно такую же агроусадьбу как та, что находится вблизи от их города. Только уникальность отдельно каждого турпродукта в сфере агроэкотуризма будет способствовать массовости потока туристов по различным направлениям на территории всей Беларуси.

Ещё одним важным направлением в развитии агроэкотуризма является упор на его образовательный аспект. При поверхностном рассмотрении данного вопроса, может показаться, что такие понятия как агроэкотуризм и образовательная деятельность являются слабо совместимыми. Однако нельзя сбрасывать со счетов перспективы данной формы оказания агроэкотуристических услуг.

Одним из ярчайших примеров успешной реализации данного направления является национальный парк «Красноярские столбы» в Российской Федерации. В 2020 году национальный парк получил лицензию на осуществление образовательной деятельности по программам дополнительного образования, таким образом, став первой (и на данный момент единственной на территории РФ) особо охраняемой природной территорией, где будут реализовываться образовательные программы в соответствии с собственной лицензией.

Национальный парк «Красноярские Столбы» разработал программы дополнительного образования естественнонаучной и туристско-краеведческой направленности, обеспечил их учебными пособиями и дидактическими материалами, оснастил соответствующие помещения, после чего обратился в Министерство образования Красноярского края для прохождения процедуры лицензирования.

Теперь национальный парк «Красноярские Столбы» вправе не только самостоятельно реализовывать образовательные программы, но и объединяться с общеобразовательными организациями и организациями дополнительного образования для реализации программ в сетевой форме. Уже сейчас «Красноярские Столбы» сотрудничают с красноярскими школами, среди которых МАОУ «Лицей № 9 «Лидер», не первый год ориентированный на взаимодействие с национальным парком как региональным флагманом экологического просвещения.

Красноярские школьники в уникальных условиях теперь смогут получать качественное экологическое образование, используя ресурсы парка, что повысит практическую составляющую образования.

Другим примером, несомненно, стоящим внимания и дальнейшего развития, является уже белорусская программа «Юные рейнджеры Беларуси» – проект, реализацию которого осуществляли общественное объединение «Отдых в деревне» и рейнджер из Аляски Лесли Свада. Занятия в рамках планируемой программы должны были быть направлены на пробуждение заинтересованности детей в природе – и в частности к лесам – и бережном отношении к ней. К сожалению, в связи с ликвидацией общественного объединения, на данный момент проект не имеет должной поддержки, финансирования и распространения. Привлекая школьников и студентов к экопросвещению, можно добиться не только роста экологической осознанности и бережливого отношения к природе среди молодого поколения, но и значительно увеличить привлекательность (туристическую и инвестиционную) для всех ООПТ. Так, интегрировав опыт парка «Красноярские столбы», организовывая программы на примере «Юных рейнджеров», есть существенная перспектива создания целого экообразовательного кластера для школьников, студентов и специалистов на базе различных ООПТ.

Подводя итог, необходимо отметить, что за 20 лет развития на территории Республики Беларусь агроэкотуризм, бесспорно, стал одной из визитных карточек страны, а представители данной отрасли туризма проделали колоссальную работу, пройдя грандиозный путь от полного отсутствия этой сферы, до её успеха в наши дни. И, тем не менее, на данный момент имеются огромные перспективы развития отрасли агроэкотуризма в различных направлениях. Спрос на агроэкотуристические услуги, как показывает практика, остаётся ощутимо высоким, а многие ниши всё ещё не заняты. Для дальнейшего развития необходимо полное осознание всех представителей данной индустрии в необходимости: качественной модернизации их турпродукта, внедрении новых инновационных форм оказания туристических услуг, что определённо приведёт к расширению целевых

аудиторий, увеличению туристического потока и дальнейшему развитию всей отрасли в целом.

В качестве перспективных направлений инновационного развития можно выделить следующие: использование агроусадьбами и ООПТ глэмпингов; создание особого облика районов и усадеб – брендинг; развитие образовательного аспекта сферы агроэкотуризма; креативный подход к разработке мероприятий, организуемых для туристов непосредственно на объектах агроэкотуризма.

Наконец, основная доля инновационного развития должна приходиться именно на продуктовые инновации. Как показывает практика, только высокое качество продукта или услуги способны в наибольшей степени обеспечить их успешное распространение и продвижение на рынке, в то время как маркетинговые и организационные инновации играют роль катализаторов данного процесса и оказываются бесполезны в случае, если сам продукт или услуга не обладает должными уникальными потребительскими качествами.

### **Библиографические ссылки**

1. *Барсов А. К.* Процесс формирования стратегии инновационного развития на примере экотуризма // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-formirovaniya-strategii-innovatsionnogo-razvitiya-na-primere-ekoturizma> (дата обращения: 04.11.2022).
2. *Слинкова О. К.* Агротуризм в системе мирового туристского рынка // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/agroturizm-v-sisteme-mirovogo-turistskogo-rynka> (дата обращения: 04.11.2022).
3. *Шарухо И. Н.* Исторические типы сельского расселения Беларуси: культурно-географические особенности // Псковский регионологический журнал. 2007. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskie-tipy-selskogo-rasseleniya-belarusi-kulturno-geograficheskie-osobennosti> (дата обращения: 05.11.2022).