

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
Кафедра международного туризма

АГРОЭКОТУРИЗМ: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ – НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

**Материалы
XV Международной научно-практической
конференции**

**Республика Беларусь
Минск, 15 ноября 2024 г.**

Научное электронное издание

Минск, БГУ, 2025

ISBN 978-985-881-737-4

© БГУ, 2025

УДК 338.48-53:63(06)+338.48-6:502/504(06)
ББК 65.433.5я431

Редакционная коллегия:
доктор исторических наук *Л. М. Гайдукевич* (гл. ред.);
кандидат экономических наук *Н. М. Борисенко*;
кандидат экономических наук *Н. И. Богино*;
А. Н. Решетникова

Рецензенты:
кандидат географических наук *В. М. Зайцев*;
кандидат исторических наук *Д. В. Морозов*

Агроэкотуризм: новые вызовы – новые решения [Электронный ресурс] : материалы XV Междунар. науч.-практ. конф., Респ. Беларусь, Минск, 15 нояб. 2024 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2025. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – ISBN 978-985-881-737-4.

Рассмотрены теоретические аспекты развития агроэкотуризма – экономические, социальные и экологические. Приведены практические примеры реализации агро-экотуристических проектов.

Минимальные системные требования:
PC, Pentium 4 или выше; RAM 1 Гб; Windows XP/7/10;
Adobe Acrobat.

Оригинал-макет подготовлен в программе Microsoft Word

В авторской редакции

Ответственный за выпуск *Н. М. Борисенко*

Подписано к использованию 09.01.2025. Объем 4 МБ

Белорусский государственный университет.
Управление редакционно-издательской работы.
Пр. Независимости, 4, 220030, Минск.
Телефон: (017) 259-70-70.
e-mail: urir@bsu.by
<http://elib.bsu.by>

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Абрамова И. В.</i> Развитие сельского и экологического туризма в Брестской области.....	5
<i>Гареев Р. Р.</i> Современное состояние и перспективы развития инклюзивного агротуризма в Российской Федерации.....	11
<i>Гороховик К. В., Зглюй Т. В.</i> Значение агроэкотуризма для Республики Беларусь: текущее состояние и перспективы.....	16
<i>Давыденко Л. Н.</i> Методологические подходы развития сельского туризма в условиях современных вызовов.....	22
<i>Давыдова С. Г.</i> Предпосылки развития агротуризма в муниципальных образованиях Новгородской области.....	28
<i>Дедок В. М.</i> Развитие концепции albergo diffuso в международном гостиничном секторе.....	33
<i>Кабельков Д. В.</i> Применение цифровых маркетинговых стратегий в продвижении агроэкотуристических предприятий.....	42
<i>Клицунова В. А.</i> Роль некоммерческих организаций в развитии сельского туризма: глобальный национальный и локальный уровень.....	47
<i>Клицунова В. А., Богдевич М. А., Клепча П. А., Петровская В. В., Радюк М. И., Ратникова А. С.</i> Внедрение креативных подходов в агротуризм: кейс агроусадьбы «Ольхово»	55
<i>Клицунова В. А., Приходько Д. П.</i> Роль некоммерческих организаций в развитии непрерывного образования в сфере сельского туризма.....	61
<i>Кречетов А. И.</i> Правовые основы ведения деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма.....	68
<i>Лайло П. И., Давыденко Л. Н.</i> Современные модели развития агроэкотуризма в регионах Беларуси (на примере Гродненской области)	75
<i>Макар К. А., Яротов А. Е.</i> Потенциал природных ландшафтов Быховского района для развития видов природоориентированного туризма.....	81
<i>Миранкова Е. М.</i> Взаимодействие туристско-информационных центров и агроусадьб РБ (на примере Гродненской области).....	88
<i>Морозов Д. В.</i> Опыт организации Всемирной конференции по сельскому туризму в г. Хучжоу (КНР)	95
<i>Морозова Н. Н., Веремейчик Т. В.</i> Роль цифровизации в развитии агроэкотуризма.....	102
<i>Решетникова А. Н., Счеснюк О. В.</i> Веб-сайт как инструмент маркетинговых коммуникаций санаторно-курортных организаций.....	109
<i>Решетникова А. Н., Третьякова В. А.</i> Интегрированные маркетинговые коммуникации в деятельности санаторно-курортных организаций Беларуси.....	118

<i>Решетникова А. Н., Шаройкина А. В.</i> Современные структурные особенности белорусского рынка экологического туризма.....	130
<i>Степанова А. А., Давыдова С. Г., Дружнова М. П.</i> Сельский туризм как стыковая форма различных видов туризма.....	141
<i>Chen Na.</i> World Heritage and Sustainable Tourism - A Conservation for Jingmai Mountain.....	148
<i>Zhang Min, Sun He.</i> Anhui Hongcun Rural Tourism: The Road of Sustainable Development of Tradition and Modernity.....	156

РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО И ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

И. В. Абрамова

*Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина,
бул. Космонавтов, 21, 224016, Брест, Республика Беларусь, abramova@brsu.by*

Рассмотрены предпосылки развития сельского и экологического туризма в Брестской области Республики Беларусь. Особое внимание уделено государственной политике в сфере туризма, мероприятиям по поддержке и продвижению сельского и экологического туризма. Дан обзор успешных примеров деятельности в ООПТ Брестской области. Рассмотрены основные направления развития агроэкотуризма региона.

Ключевые слова: сельский туризм; экологический туризм; событийный туризм; экологические тропы; особо охраняемые природные территории.

DEVELOPMENT OF RURAL AND ECOLOGICAL TOURISM IN THE BREST REGION

I. V. Abramova

*Brest State University named after A.S. Pushkin
Cosmonauts Blvd., 21 224016, Brest, Republic of Belarus, abramova@brsu.by*

The article considers the prerequisites for the development of rural and ecological tourism in the Brest region of the Republic of Belarus. Special attention is paid to the state policy in the sphere of tourism, measures to support and develop rural and ecological tourism. The review of successful examples of activities in protected areas of Brest region is given. The main directions of agroecotourism development in the region are considered.

Keywords: rural tourism; ecological tourism; event tourism; ecological trails; specially protected natural areas.

На современном этапе развитие сельского и экологического туризма (агроэкотуризма и экотуризма) опирается на природное и культурное наследие регионов в едином комплексе. Десять лет назад Республика Беларусь взяла курс на формирование «зеленой» экономики, это нашло отражение в целях Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. В шестой главе стратегии задана стратегическая цель развития туризма – формирование конкурентоспособного туристического комплекса, его развитой инфраструктуры на уровне мировых стандартов, расширение экспорта туристических услуг. Стратегия предусматривает разработку и реализацию

национальных туристических брендов (экологических, орнитологических, гастрономических и других туристических маршрутов); популяризацию внутреннего туризма, развитие агроэкотуризма, экологического, гастрономического, культурно-познавательного и других видов туризма; развитие туризма для пожилых людей и лиц с инвалидностью; разработку новых туров и экскурсий с учётом требований экологичности; создание туристско-рекреационных кластеров. В 2016 г. был принят Национальный план действий по внедрению принципов зеленой экономики в отраслях народного хозяйства Республики Беларусь до 2020 г., который предусматривал работу по восьми направлениям, одним из них стал экологический туризм. Национальной стратегией развития системы особо охраняемых природных территорий до 1 января 2030 г. был определен перечень перспективных для развития туризма ООПТ, в их число вошли 10 республиканских заказников области («Прибужское Полесье», «Стронга», «Званец», «Ружанская пуца», «Лунинский», «Средняя Припять», «Простырь», «Ольманские болота», «Споровский», «Выгонощанское») и национальный парк «Беловежская пуца».

В 2017 г. утвержден Комплекс мер по развитию и продвижению экологического туризма на особо охраняемых природных территориях на период до 2025 г., включающий разработку стратегий развития экотуризма и создание бренда для каждой ООПТ, включенной в перечень перспективных для развития экологического туризма, формирование туристической инфраструктуры, строительство и обеспечение функционирования визит-центров, разработку и создание экотроп и зеленых маршрутов (в т.ч. трансграничных), разработку виртуальных туров, создание экотуристических кластеров (в т.ч. на базе национального парка «Беловежская пуца» и республиканского биологического заказника «Споровский»). Курс на развитие экотуризма в нашей стране подтвержден в Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь на период до 2035 г.

В декабре 2021 г. началась реализация Национального плана действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь до 2025 г., среди приоритетных направлений которого экологический (устойчивый) туризм, развитие органического сельского хозяйства, устойчивое потребление и производство, сохранение и устойчивое использование биологического и ландшафтного разнообразия, научные исследования и образовательные мероприятия.

Перспективными для организации туров в рамках сельского и экологического туризма в регионе являются следующие виды деятельности: посещение ООПТ, экскурсии в музеи (природы, этнографические, краеведческие и т.п.), экскурсии по экотропам, путешествия по зеленым маршрутам,

наблюдение за птицами, посещение мероприятий (кулинарных и экологических фестивалей, чемпионатов по сенокошению и пр.).

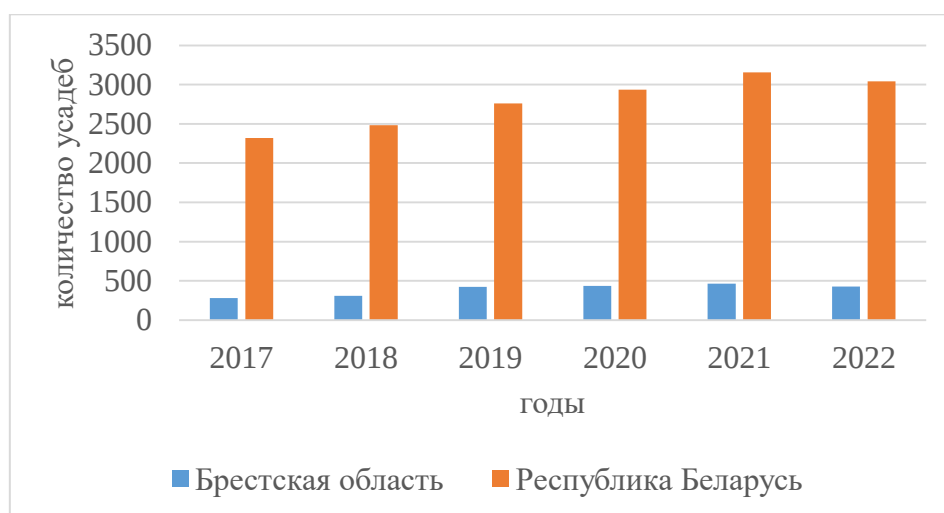
Брестская область обладает значительным потенциалом для развития сельского и экологического туризма. В регионе экологические экскурсии и туры организуются как на особо охраняемых природных территориях, так и вне их границ. На начало 2023 г. сеть ООПТ области охватывает 15% территории. В Брестской области полностью или частично находятся один национальный парк, 18 заказников республиканского значения, 32 заказника местного значения, 29 памятников природы республиканского значения и 109 памятников природы местного значения [1]. Памятниками природы объявлены 27 старинных парков, четыре из них – республиканские (Парк имени А. В. Суворова в г. Кобрин, «Совейки» в Ляховичском районе, «Поречье» в Пинском районе и «Маньковичский» в Столинском районе). Национальный парк «Беловежская пуща» и республиканский заказник «Прибужское Полесье» имеют статус биосферного резервата ЮНЕСКО. В Список всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО включены два трансграничных объекта: Беловежская пуща и Геодезическая дуга Струве. Статус Рамсарского угодья в области имеют восемь республиканских заказников, а также части биосферных резерватов «Беловежская пуща» и «Прибужское Полесье», два водно-болотных угодья признаны Секретариатом Рамсарской конвенции частями трансграничных водно-болотных угодий международного значения: «Простырь – Припять – Стоход» и «Ольманские болота – торфяной массив «Переброды» (Беларусь – Украина)» [2]. В Брестской области полностью или частично расположены 20 из 53 белорусских территорий, важных для птиц и биоразнообразия, международного значения (ИВА) [3].

Центрами развития экотуризма в регионе являются особо охраняемые природные территории. С целью развития экотуризма в рамках реализации Национального плана действий по внедрению принципов зеленой экономики в отраслях народного хозяйства Республики Беларусь до 2020 г. в национальном парке и заказниках были обустроены 13 экотроп и 31 зеленый маршрут, в настоящее время работа по созданию новых маршрутов продолжается. Государственными природоохранными учреждениями, управляющими заказниками Брестской области, совместно с субъектами туристической индустрии (в т.ч. агроусадьбами) в 2016–2020 гг. создано 8 экотуристических кластеров. В ООПТ большое внимание уделяют созданию этнографических экспозиций, демонстрации объектов доиндустриальных производств (пасеки, мельницы, кузницы), производству экологически чистой продукции, включая производство меда, сбор грибов, ягод, сбор или выращивание лекарственных растений и др. Стали традиционными фестиваль по ручному сенокошению низинных болот «Споровские

сенокосы» (республиканский заказник «Споровский»), экологический фестиваль «Тайны Прибужского Полесья» (республиканский заказник «Прибужское Полесье»), фестиваль самодетельного творчества «Добрыя суседзі» и гастрономический фестиваль «Пущанский смак» (национальный парк «Беловежская пуца») и др.

Экологический туризм также развивают субъекты Министерства лесного хозяйства, на базе 13 лесохозяйственных хозяйств Брестской области обустроены специальные охотничьи комплексы для отдыха и экологические тропы.

Динамичное развитие в Брестской области получил агротуризм. Доля сельских усадеб в регионе составляет около 14% от общего количества агроусадоб в Беларуси (рисунок), на начало 2023 г. в Брестской области было зарегистрировано 429 усадеб (на 33 единицы меньше по сравнению в предыдущем году) [4]. Агроусадьбы функционируют во всех административных районах области, наибольшее их количество – в Брестском и Каменецком районах.



Количество агроэкоусадоб в Брестской области и Беларуси в 2017–2022 гг.

В большинстве своем агроусадьбы специализируются на организации корпоративного и семейного отдыха, проведении семейных праздников, а также на проведении экскурсий. Среди популярных видов деятельности пешие и велосипедные прогулки, купание, прогулки на лодках, рыбалка, сбор грибов, ягод или лекарственных трав. Программы туров включают разные виды активностей: знакомство с традиционным деревенским образом жизни, мастер-классы по ремеслам, организация и проведение народных праздников и обрядов, кулинарные мастер-классы, участие в сборе урожая или сенокосе, верховая езда, посещение ближайших ООПТ

и многое другое. Хозяева агроусадьб для повышения эффективности работы объединились в кластеры. Примером успешно работающего агротуристического кластера является «Муховецька кумора», он был создан в 2012 г. Общественным Советом по развитию агроэкотуризма Кобринского района. В 2021 г. по итогам работы проекта «Поддержка женщин в агротуризме, фермерстве и ремесленничестве» возникла идея кластерной инициативы продуктивно-ремесленного характера «Наваколле» [5].

Сельский туризм знакомит с культурными ценностями и традиционным образом жизни. К услугам туристов – музеи регионального или местного значения с коллекциями природоведческого, археологического, исторического, этнографического характера (Усадьба полешука XIX в. в д. Поречье, Музей народной медицины «Дом травника» в д. Стрельно, Мотольский музей народного творчества, Музей народного творчества «Бездежский фартушок» и др.). Перспективными для развития этнографического туризма в Брестской области являются Пинский район (костюм, ткачество, керамика), Ивановский район (костюм, ткачество, росписи), Ивацевичский район (ткачество, костюм, шпалеры, гобелен), Столинский район (ткачество, керамика, резьба по дереву), Малоритский район (костюм, ткачество, хлебопечение) (по [6] с доп.). В ряде деревень Пинского района (Кудричи, Курадово, Площево, Христовобовичи) сохранился полесский уклад жизни, традиционные деревянные хозяйственные и жилые постройки с региональными декоративными элементами. В список нематериального историко-культурного наследия Республики Беларусь включены 22 элемента, которые сохраняются на территории Брестской области. Это традиции гончарства с аутентичными элементами (д. Городная Столинского района), творчество Н. Тарасюка (инситуная деревянная скульптура) (д. Стойлы Пружанского района), обряд «Намскі Вялікдзень» (д. Оброво Ивацевичского района), традиционная технология двухосновного или «падвойнага» ткачества (д. Подбела Каменецкого района), технология изготовления щеповой птицы-оберега (Березовский район), бытовой танец «Спораўская полька» (д. Спорово Березовского района), традиция приготовления рыбы, сушеной в печи на соломе и блюд на ее основе (Березовский район), традиционная роспись на стекле (Березовский район), весенний обрядовый хоровод «Стрылка» (д. Бездеж Дрогичинского района), «Свадебная каравайная традиция» (аг. Мотоль, Ивановского района), традиции выпекания гречневого хлеба (Малоритский район) и др. [7]. В Репрезентативный список нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО внесены «Культура бортничества Беларуси и Польши» (2020 г.) и «Соломоплетение Беларуси: искусство, ремесло, умения» (2022 г.) [8].

Традиции белорусского народа сохраняются благодаря фестивалям. Далеко за пределами Беларуси известен гастрономический фестиваль «Мотальскія прысмакі» (аг. Мотоль Ивановского района). Ряд фестивалей организуются в агроусадьбах: «Нябёсы» в усадьбе «Стулы», «Святкі-калядкі» в усадьбе «Полесские традиции», «Студзінскія забаўлянікі» в усадьбе «Студинка» и др.

Таким образом, в Брестской области сформированы опорные центры развития сельского и экологического туризма. Развитие данных видов туризма вносит значительный вклад в достижение целей устойчивого развития на местном и региональном уровнях.

Библиографические ссылки

1. Особо охраняемые природные территории Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Минприроды РБ. URL: https://www.minpriroda.gov.by/ru/osob_ohran-ru/ (дата обращения: 27.10.2023).
2. Водно-болотные угодья международного значения [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ramsar.org/sites-countries/wetlands-of-international-importance> (дата обращения: 27.02.2022).
3. Тэрыторыі, важныя для птушак у Беларусі : каталог / Грамадская арганізацыя «Ахова птушак Бацькаўшчыны» ; пад агульнай рэд. С. В. Левага. Мінск : РЫФТУР ПРЫНТ, 2015. 151 с.
4. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник. Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2023. – С. 25.
5. *Панько А. Д.* План развития кластерной инициативы «Наваколле»: концептуальные положения // Агроэкотуризм в период современных вызовов: национальный опыт : материалы XII Нац. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Респ. Беларусь, Минск, 25 нояб. 2021 г. / Беларус. гос. ун-т ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (гл. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 2021. С. 103–108.
6. *Гайдукевич, Л. М.* Культурно-историческое наследие Белорусского Полесья как основа развития туризма в регионе // Фальклор і сучасная культура : матэрыялы III Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, 21–22 красавіка 2011 г., Мінск : у 2 ч. / [рэдкалегія: І. С. Роўда і інш.]. Мінск, 2011. Ч. 1. С. 11–13.
7. Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://gosspisok.gov.by> (дата обращения: 27.10.2023).
8. Беларусь – нематериальное наследие ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. URL: <https://ich.unesco.org/en/state/belarus-BY?info=elements-on-the-lists> (дата обращения: 27.10. 2023).

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО АГРОТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Р. Р. Гареев

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Стремянный пер., 36, 115054, Москва, Российская Федерация, Gareev.RR@rea.ru*

Охарактеризовано развитие инклюзивного агротуризма в Российской Федерации. Представлены успешные примеры создания необходимых условий для проживания гостей с инвалидностью на территории объектов сельского туризма. Описаны проблемы, мешающие более эффективному развитию инклюзивного агротуризма, и предложены возможные методы их решения.

Ключевые слова: агротуризм; барьеры; инклюзивный туризм; развитие; Российская Федерация.

CURRENT STATE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF INCLUSIVE AGROTOURISM IN THE RUSSIAN FEDERATION

R. R. Gareev

*Plekhanov Russian University Of Economics,
Stremyanny per., 36, 115054, Moscow, Russian Federation, Gareev.RR@rea.ru*

The development of inclusive agrotourism in the Russian Federation is characterized. Successful examples of creating the necessary conditions for the accommodation of guests with disabilities on the territory of rural tourism facilities are presented. The problems that hinder the more effective development of inclusive agritourism are described and possible methods for solving them are proposed.

Keywords: agritourism; barriers; inclusive tourism; development; Russian Federation.

Согласно данным Министерства культуры РФ, количество туристических объектов, адаптированных для людей с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), увеличивается ежегодно. Так, в 2023 году было зарегистрировано более 5000 таких объектов, что на 25% больше, чем в 2022 году. Однако необходимо отметить, что эти объекты распределены неравномерно по стране, и большинство из них находится в крупных городах и популярных туристических дестинациях.

В рамках национальной государственной программы "Доступная среда" были реализованы меры по обеспечению доступности туристических объектов для людей с инвалидностью и ОВЗ. В частности, в период

с 2016 по 2023 год было выделено более 1 млрд. рублей на модернизацию инфраструктуры и разработку новых стандартов доступности. Эти средства позволили улучшить условия для посещения музеев, театров, парков и других культурных учреждений граждан с особыми потребностями.

По данным Российского союза туристической индустрии, в последние годы наблюдается рост числа специализированных туров для людей с инвалидностью. В 2023 году такие туры составляли около 7% от общего объема внутреннего туризма, что свидетельствует о повышении интереса к этому направлению.

Инклюзивный агротуризм представляет собой новое направление туристической деятельности, ориентированное на создание условий для участия людей с инвалидностью и ОВЗ в сельском туризме. В последние годы этот сектор туризма получил значительное развитие благодаря государственной поддержке, инициативам общественных организаций и растущему интересу к устойчивому развитию сельских территорий [2]. Доходы от агротуризма в России составляют значительную часть доходов сельских территорий. По данным Минсельхоза РФ, в 2023 году доходы от агротуризма составили около 11 млрд. рублей, что на 40% больше, чем в предыдущем году. Это свидетельствует о высокой востребованности данного вида услуг среди населения.

Наиболее популярными регионами для агротуризма являются Московская, Ленинградская, Тверская области, Краснодарский край и Республика Татарстан. Эти регионы обладают развитой инфраструктурой и предлагают широкий спектр услуг, включая проживание, питание, участие в сельскохозяйственных работах и знакомство с местной культурой.

Одним из ключевых аспектов успешного развития инклюзивного агротуризма является обеспечение доступности инфраструктуры, что включает адаптацию туристических объектов под нужды людей с инвалидностью, таких как: пандусы, поручни, лифты, специализированные санузлы и доступные гостиничные номера. Кроме того, важно предусмотреть доступность информации, в том числе использование шрифта Брайля, аудиогидов и других средств коммуникации [4].

Другим необходимым условием является обучение персонала работе с людьми с инвалидностью и ОВЗ [3]. Сотрудники и представители сельских поселений и агроусадеб должны обладать знаниями о специфике работы с различными категориями туристов, уметь оказывать необходимую помощь и поддерживать комфортную атмосферу для всех гостей.

Также важным элементом инклюзивного агротуризма являются программы адаптации культурных и природных достопримечательностей для посетителей с инвалидностью. Например, организация экскурсий с ис-

пользованием специальных транспортных средств, разработка маршрутов, учитывающих особенности передвижения людей с инвалидностью, а также проведение мероприятий, направленных на вовлечение всех участников в процесс взаимодействия с природой и сельским хозяйством.

Кроме того, успешный опыт организации инклюзивных проектов может включать интеграцию социальных и образовательных программ, направленных на повышение осведомленности общества о проблемах людей с инвалидностью и их возможностях. Такие проекты могут способствовать формированию толерантного отношения к людям с особыми потребностями и улучшению качества жизни в сельской местности.

Рассмотрим некоторые успешные примеры организации агротуристического бизнеса в регионах России, с учетом потребностей туристов с инвалидностью и ОВЗ [1]:

1. Экоферма «Добрая Земля» (Московская область).

Данную экоферму отличает индивидуальный подход, направленный на создание доступной среды. Так, на территории фермы предусмотрены специальные дорожки для инвалидов-колясочников, адаптированные туалеты и зоны отдыха. Также проводятся мастер-классы и экскурсии, доступные для всех категорий посетителей, включая людей с нарушениями слуха и зрения.

2. Агроусадьба «Рождествено» (Ленинградская область).

Агротуристический объект предлагает программы для семей с детьми-инвалидами, где они могут участвовать в сельскохозяйственных работах, познакомиться с домашними животными и растениями. Усадьба оборудована специальными дорожками и пандусами, что делает её доступной для людей, передвигающихся на инвалидных колясках.

3. Этнопарк «Кочевник» (Москва).

Этот этнопарк организует мероприятия для детей с инвалидностью и ОВЗ, включая программы по обучению верховой езде и уходу за лошадьми. Территория парка доступна для передвижения на инвалидных колясках, а сотрудники проходят специальное обучение для работы с посетителями с особыми потребностями.

4. Фермерское хозяйство «Экодеревушка» (Тверская область).

Данный проект предлагает программы агротерапии для людей с ментальными особенностями. Посетители могут заниматься садоводством, ухаживать за животными и участвовать в других видах сельскохозяйственной деятельности. Хозяйство оснащено всем необходимым оборудованием для комфортного пребывания гостей с инвалидностью.

Перечисленные примеры демонстрируют разнообразие подходов к созданию инклюзивной среды в агротуристической сфере в России. Они

способствуют социальной интеграции и улучшению качества жизни людей с инвалидностью, а также привлекают внимание общественности к вопросам доступности и устойчивого развития сельского хозяйства.

Однако следует признать, что уровень развития инклюзивного туризма в России все еще отстает от мировых стандартов. Многие регионы страны до сих пор не имеют достаточной инфраструктуры для обеспечения полноценного доступа людей с инвалидностью и ОВЗ к культурным и природным достопримечательностям.

Развитие инклюзивного агротуризма сталкивается с рядом проблем, которые препятствуют его более эффективному развитию:

1. Недостаточная инфраструктура: отсутствие необходимых приспособлений для людей с особыми потребностями на объектах агротуризма, таких как: пандусы, поручни, лифты, адаптированные санузлы и гостиничные номера.

2. Низкий уровень информирования: недостаток информации о доступных маршрутах и услугах для людей с инвалидностью, что затрудняет планирование поездок и выбор подходящего места для отдыха.

3. Отсутствие квалифицированного персонала: нехватка сотрудников, обладающих навыками общения и работы с людьми с инвалидностью и ОВЗ.

4. Высокая стоимость адаптации: затраты на оборудование объектов агротуризма необходимыми приспособлениями могут оказаться слишком высокими для владельцев небольших ферм и усадеб.

5. Социальные барьеры: недостаточно сформированная культура инклюзивности в обществе, что может приводить к дискриминации и недопониманию потребностей людей с инвалидностью.

Возможными решениями текущих проблем, по мнению автора, могут являться следующие изменения в государственной политике и частном бизнесе в сфере туризма:

1. Разработка и реализация государственных программ поддержки малого бизнеса в сфере агротуризма. Например, предоставление субсидий и грантов на адаптацию объектов под нужды людей с инвалидностью и ОВЗ может стимулировать владельцев ферм и усадеб к внедрению необходимых изменений в плане доступной среды на своей территории.

2. Проведение обучающих семинаров и тренингов для сотрудников агротуристических объектов, которое должно включать навыки общения с людьми разных категорий и форм инвалидности, оказание первой помощи и понимание особенностей их обслуживания.

3. Применение современных технологий, таких как адаптированные мобильные приложения и веб-сайты, которые позволят людям с инвалидностью по зрению, а также с ментальными особенностями легко находить

подходящие агромаршруты и услуги. Не менее важным является использование инновационных технических решений, таких как: голосовые помощники, системы навигации для слабовидящих и другие устройства, облегчающие доступ к услугам агротуризма.

4. Установление партнерств между государственными органами, общественными организациями и бизнесом для совместного решения вопросов адаптации инфраструктуры и повышения уровня сервиса.

5. Организация кампаний по повышению осведомленности общества о правах и потребностях людей с инвалидностью и ОВЗ. Необходимо увеличить количество мероприятий, направленных на формирование толерантного отношения и понимания важности инклюзии, в том числе для представителей гостиничного и туристского бизнеса.

Разрешение существующих проблем требует комплексного подхода, включающего взаимодействие различных секторов общества и государства [5]. Только при условии создания благоприятной правовой, экономической и социальной среды возможно достижение высоких стандартов развития инклюзивного агротуризма.

Библиографические ссылки

1. *Гареев Р. Р.* Особенности устойчивого развития сельских территорий в Российской Федерации // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2019. № 3 (24). С. 3-6.

2. *Зайцева Н. А., Шуравина Д. Б.* Безбарьерный туризм: учеб. пособие. Москва: КНОРУС, 2018. 176 с.

3. *Ильина Е. Л.* Развитие инклюзивных услуг в гостиничной индустрии в Российской Федерации / Е. Л. Ильина, П. Е. Сосновских // Бизнес-стратегии сферы туризма и гостеприимства в мировой цифровой экономике: сборник материалов XX Международной научно-практической конференции. - М.: 2020. - С. 69-81.

4. *Калинина М. Ю.* Факторы, влияющие на эффективность и качество инклюзивных услуг в сфере внутреннего туризма в России // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. 2024. Т. 13. № 1. С. 16-18.

5. *Кошелева А. И.* Сельский туризм: глобальный тренд развития туристско-рекреационного потенциала сельских территорий // Национальные приоритеты и безопасность: сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции, Нальчик, 15-16 октября 2020 г. Нальчик: Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В. М. Кокова, 2020. С. 432-437.

ЗНАЧЕНИЕ АГРОЭКОТУРИЗМА ДЛЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

К. В. Гороховик¹⁾, Т. В. Зглюй²⁾

¹⁾ Полесский государственный университет, ул. Кирова, 24, 225716, г. Пинск,
Республика Беларусь, kseniagorohovik50@gmail.com

²⁾ Полесский государственный университет, ул. Кирова, 24, 225716, г. Пинск,
Республика Беларусь, zgluj.t@polessu.by

В статье рассматриваются состояние и основные тенденции развития агроэко-туризма в Республике Беларусь. Анализируется динамика основных статистических показателей, включая число агроусадеб, туристический поток и финансовые результаты. Исследуются ключевые факторы, подчеркивающие экономическую значимость агроэко-туризма для Беларуси, включая культурное наследие и поддержку местных производителей.

Ключевые слова: агроэкотуризм; сельский туризм; туризм в Беларуси; экономическое развитие; устойчивое развитие.

THE IMPORTANCE OF AGROECOTOURISM FOR THE REPUBLIC OF BELARUS: CURRENT STATUS AND PROSPECTS

K. V. Gorokhovich¹⁾, T. V. Zgliui²⁾

¹⁾ Polessky State University, st. Kirova, 24, 225716, Pinsk, Republic of Belarus,
kseniagorohovik50@gmail.com

²⁾ Polessky State University, st. Kirova, 24, 225716, Pinsk, Republic of Belarus,
zgluj.t@polessu.by

The article examines the state and main trends in the development of agro-ecotourism in the Republic of Belarus. The dynamics of the main statistical indicators, including the number of agricultural estates, tourist flow and financial results, are analyzed. Key factors that underline the economic importance of agroecotourism for Belarus are explored, including cultural heritage and support for local producers.

Keywords: agroecotourism; rural tourism; tourism in Belarus; economic development; sustainable development.

В настоящее время агроэкотуризм – одно из приоритетных направлений развития туризма во многих странах. Он не только позволяет сохранить культурное и природное наследие, но и способствует развитию сельских территорий, создает новые экономические возможности. Объединяя в себе экологические и социальные аспекты, агроэкотуризм является одним из ключевых элементов национальных стратегий развития туризма.

Популярность данного вида отдыха во многом обусловлена стремительным ростом урбанизации (на сегодняшний день 56% населения мира проживает в городах, в Беларуси данный показатель достигает 75%) [1]. Агротуризм является идеальным решением для людей, уставших от городской жизни, позволяя не только насладиться спокойствием природы, но и получить новые впечатления, поучаствовать в сельскохозяйственных работах и познакомиться с местной культурой.

Для Республики Беларусь агротуризм является относительно новым видом отдыха, однако страна уже добилась значительных успехов в его развитии.

Правовой основой развития данного вида отдыха в Беларуси является принятый в 2006 г. первый Указ Президента №372 «О мерах по развитию агротуризма в Республике Беларусь». Согласно указу термин «агротуризм» определяется как временное пребывание граждан РБ, иностранных граждан и лиц без гражданства в сельской местности на основании договоров (заключенных с субъектами агротуризма) в целях отдыха, оздоровления, ознакомления с природным потенциалом республики, национальными культурными традициями без занятия трудовой, предпринимательской, иной деятельностью, оплачиваемой и приносящей прибыль (доход) из источника в месте пребывания [2].

В Беларуси действует государственная программа «Беларусь гостеприимная» по стимулированию развития туризма, в том числе агротуристического направления [3]. Она предполагает финансовую поддержку субъектов агротуризма, развитие инфраструктуры и маркетинг. Это создает благоприятные условия для создания агротуристических субъектов.

В отличие от многих европейских стран, где агротуризм уже давно стал популярным видом отдыха и интегрирован в туристическую индустрию, в Беларуси он находится на стадии активного развития. Несмотря на это, уже достигнуты значительные успехи. К примеру, в 2016 г. Республика Беларусь стала лучшей страной для агротуризма в рейтинге National Geographic Traveler Awards, обойдя при этом Италию и Францию, в которых данный вид туризма начал развиваться с 1985 и 1950 гг. соответственно [4]. Также, помимо прочих достижений, Беларусь занимает 8 место в списке лучших стран для посещения согласно известному туристическому путеводителю Lonely Planet, а портал PassportIndex в 2022 г. включил Беларусь в рейтинг самых гостеприимных стран – 46 место [4]. Важную роль в этом сыграли природные богатства страны, уникальные достопримечательности и местные традиции, привлекающие как местных,

так и иностранных туристов. Сочетание данных факторов, государственной поддержки и активного участия местных сообществ способствует росту числа агроусадеб и повышению популярности агроэкотуризма.

Для определения текущего состояния агроэкотуризма в Республике Беларусь необходимо провести анализ статистических данных, которые отражают динамику его развития (таблица 1).

Таблица 1

Основные показатели деятельности субъектов агроэкотуризма

Наименование показателя	Год					Темп роста (снижения), %	
	2019	2020	2021	2022	2023	2023г. к 2019г.	2023г. к 2022г.
Число субъектов агроэкотуризма, ед.	2760	2936	3150	3043	2409	87,28	79,17
Численность туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, тыс. чел.	514,8	433,3	563,6	559,8	450,4	87,49	80,46
Сумма, полученная в уплату предоставленных услуг, тыс. руб.	25,5	24,4	30,8	33,5	27,8	109,01	82,99

Составлено по: [5].

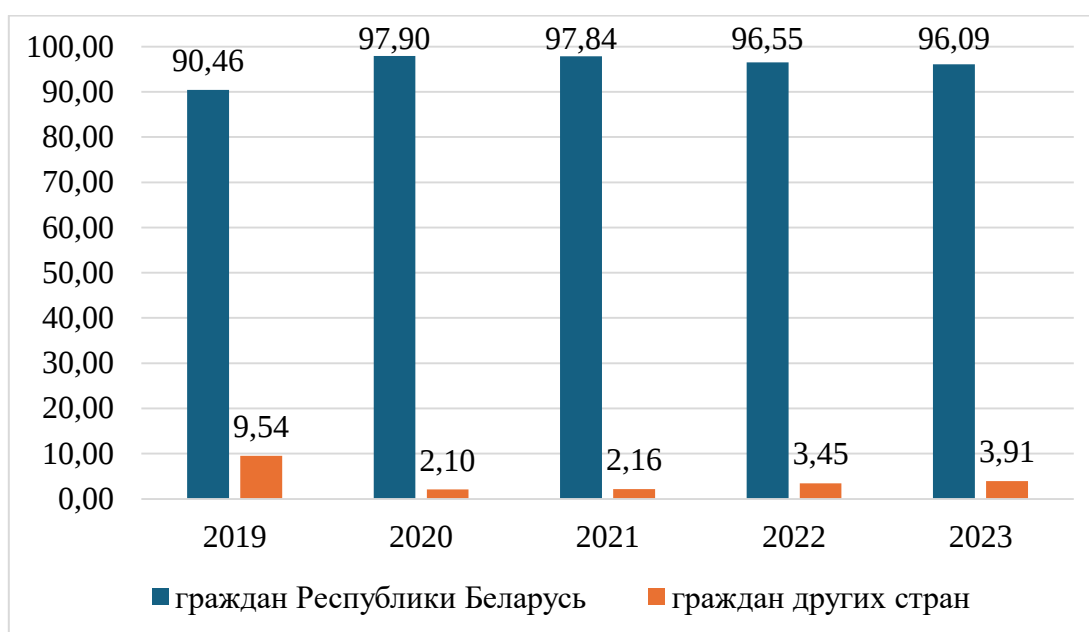
Согласно данным, представленным в таблице 1, сфера агроэкотуризма характеризуется значительной нестабильностью. В 2020 году сильное влияние на сектор туризма оказала пандемия коронавируса. Несмотря на то, что Беларусь не закрывала в этот период границы, ограничения, которые затронули многие другие страны, привели к снижению туристического потока, что отрицательно сказалось на динамике числа агроусадеб. В 2021 году число субъектов агроэкотуризма увеличилось (+7,2% к уровню 2020 года), но уже в 2022 году в Беларуси был издан Указ № 351 «О развитии агроэкотуризма», обязывающий агроусадыбы пройти перерегистрацию, в следствии чего в 2023 году данный показатель снизился на 20,83% (или на 643 ед.) по сравнению с предыдущим годом.

Колебания численности туристов во многом объясняются теми же причинами. В 2019-2020 гг. многие иностранные туристы не могли посещать Беларусь, что повлияло на общее снижение туристического потока. В 2021 г. в результате ослабления пандемических ограничений произошел значительный рост числа туристов (+30,07%), который вновь снизился на 19,49 % (или на 109,1 тыс. чел.) в 2023 году.

Выручка от оказанных услуг агроэкотуризма, несколько снизившаяся в 2020 году относительно 2019 года, до 2023 года характеризовалась ежегодным приростом. В 2023 году, в том числе на фоне сокращения числа агроусадеб и снижения туристического потока, данный показатель также снизился на 17,01% (или на 5,7 тыс. руб.) к уровню предыдущего года.

Результаты анализа показателей деятельности субъектов агроэкотуризма подтверждают зависимость данной сферы от глобальных кризисов и изменений в национальном законодательстве.

Для более полного анализа тенденций развития сферы агроэкотуризма рассмотрим структуру туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, в динамике за 2019-2023 гг. (рисунок).



Структура туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, %
Составлено по: [5]

Анализ динамики показателей, представленных на рисунке 1, показал, что наибольшую долю в общем объеме туристов занимают граждане РБ, удельный вес которых на протяжении всего периода колеблется в диапазоне от 90,46 до 97,90%. В 2020 году наблюдается резкое снижение доли иностранных туристов на 7,44% по сравнению с 2019 годом, что напрямую связано с пандемией коронавируса. Следовательно, наблюдается падение туристического потока из-за рубежа. Небольшой рост доли туристов из других стран начиная с 2022 года указывает на постепенное восстановление международного туризма.

Рассмотрим структуру субъектов агроэкотуризма по областям Республики Беларусь за 2019 и 2023 годы (таблица 2). Анализ распределения

агроусадеб по областям показывает, что за период с 2019 по 2023 гг. их структура практически не изменилась: наибольший удельный вес в 2023 г. занимает Минская область (36,61%), наименьший – Гомельская (5,94%) и Могилевская (7,56%) области. При этом, по всем областям наблюдается сокращение числа агроусадеб (наименьшее в Минской области, наибольшее в Витебской области).

Таблица 2

Структура агроусадеб по областям Республики Беларусь

Область	Год				Отклонение 2023 г. к 2019 г.	
	2019		2023			
	ед.	уд. вес, %	ед.	уд. вес, %	ед.	уд. вес, п.п.
Брестская	423	15,33	356	14,78	-67	-0,55
Витебская	647	23,44	469	19,47	-178	-3,97
Гомельская	171	6,20	143	5,94	-28	-0,26
Гродненская	399	14,46	377	15,65	-22	1,19
Минская	891	32,28	882	36,61	-9	4,33
Могилевская	229	8,30	182	7,56	-47	-0,74

Составлено по: [5, 6].

Различия в территориальном распределении агроусадеб подчеркивают необходимость дополнительной поддержки дальнейшего развития агроэкотуризма в отдельных регионах.

Высокая значимость агроэкотуризма для Республики Беларусь обуславливается следующими факторами:

1. агроэкотуризм способствует привлечению иностранных туристов, следовательно, является источником поступления иностранной валюты, что положительно влияет на экономику страны;

2. открытие агроусадеб способствует созданию новых рабочих мест для местного населения;

3. туристы при посещении агроусадеб приобретают у фермеров и ремесленников продукты, изделия ручной работы, тем самым осуществляя поддержку местных производителей и стимулируя их развитие;

4. агроэкотуризм предоставляет для небольших районов альтернативные источники доходов помимо сельского хозяйства, что позволяет снизить зависимость от одного сектора экономики, тем самым повышая устойчивость к экономическим кризисам;

5. агроэкотуризм способствует сохранению культурного наследия, позволяет познакомиться с белорусскими традициями;

6. улучшение числа туристов в сельских районах способствует развитию инфраструктуры в сельской местности, включая дороги, связь, улучшение сервисов, что позитивно сказывается на общем уровне жизни в этих районах.

Проведенный анализ показал, что развитие агроэкотуризма в Республике Беларусь в последние годы является нестабильным. Число субъектов агроэкотуризма, так же, как и число туристов, обслуженных данными субъектами, снизилось. Это обусловлено пандемией коронавируса и изменениями в законодательстве. Начиная с 2022 года наблюдается постепенное восстановление туристического потока из-за рубежа, что, при дальнейшей положительной динамике, может привести и к росту потока туристов и к увеличению количества агроусадеб.

Агроэкотуризм играет важную роль в обеспечении устойчивого развития страны, объединяя экономические, экологические и социальные аспекты. Данный вид отдыха привлекает иностранных туристов, обеспечивает поддержку местных производителей, способствует созданию рабочих мест и развитию инфраструктуры в сельской местности, одновременно с этим сохраняя культурные и природные ресурсы.

Агроэкотуризм – это шаг навстречу будущему, в котором баланс между экономикой и экологией определяет устойчивое развитие сельской местности и благополучие страны в целом.

Библиографические ссылки

1. Список стран по уровню урбанизации [Электронный ресурс]. URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/urban-population> (дата обращения: 19.10.2024).
2. Указ Президента Республики Беларусь № 372 от 2 июня 2006 года «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» [Электронный ресурс]. URL: <https://etalonline.by/document/?regnum=r30600372> (дата обращения: 19.10.2024).
3. О Государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100058> (дата обращения: 19.10.2024).
4. Цифры и факты: Беларусь – гостеприимная страна [Электронный ресурс]. URL: <http://surl.li/xqazbk> (дата обращения: 19.10.2024).
5. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2024 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/2a1/94v4uzj7jcfiykguvowkgk34eymfw8d9.pdf> (дата обращения: 19.10.2024).
6. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/a06/a06b90126c68f9c8af149e61bd29a283.pdf> (дата обращения: 19.10.2024).

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ

Л. Н. Давыденко

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

Рассмотрены методологические подходы развития сельского туризма с учётом предпринимательских рисков в агротуристическом бизнесе. Выделены отличительные особенности управления инновационными стратегиями развития сельского туризма. Дан обзор методов государственного регулирования и поддержки развития сельского туризма. Предложены теоретические, методологические и практические подходы и инструменты регулирования предпринимательских рисков.

Ключевые слова: агротуристический бизнес; сельский туризм; модели сельских туристских объектов; управление рисками.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN THE CONTEXT OF MODERN CHALLENGES

L. N. Davydenko

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

Methodological approaches to the development of rural tourism, taking into account entrepreneurial risks in the agro-tourism business, are considered. Distinctive features of the management of innovative strategies for the development of rural tourism are highlighted. An overview of the methods of state regulation and support for the development of rural tourism is given. Theoretical, methodological and practical approaches and tools for regulating business risks are proposed.

Keywords: agrotouristic business; rural tourism; models of rural tourist facilities; risk management.

Агротуристический бизнес, как и вся белорусская экономика, подвержены в настоящее время новым вызовам и рискам. Они требуют оперативного поиска новых способов импортозамещений в развитии внутреннего туризма. От предпринимателей требуются инновационные подходы, финансовая грамотность и умелое управление рисками в агротуристическом бизнесе. Большое значение 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].

Агротуристическому бизнесу присущи риски, которые по своим последствиям охватывают все другие сферы экономики, экологии и социальных отношений. Приоритетные задачи управления рисками в агропромышленном комплексе закреплены в Национальной стратегии устойчивого развития до 2030 года (НСУР-2030г) и Постановлении Совета Министров Республики Беларусь на 2021-2025гг.

В Республике Беларусь сельский туризм развивается на основе трех основных взаимодополняющих моделей, способствующих формированию самобытного туристского продукта. Формируются 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 и др. Сельский туризм Беларуси нуждается в помощи и постоянной поддержки для дальнейшего успешного развития. Речь идет о введении кластерных структур и объединений.

Кластерные структуры и объединения для Республики Беларусь являются довольно новым подходом к развитию. Они предполагают коллективное участие и управление, позволяют объединить всех представителей туристической инфраструктуры, обеспечить эффективное использование ресурсов, повысить конкурентоспособность, добиться синергического эффекта, расширить спектр предлагаемых услуг, сделать регион более известным и привлекательным, как для туристов, так и для потенциальных инвесторов.

Советом Министров Республики Беларусь от 7 октября 2020 г. утверждена «Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года». Для достижения стратегических целей развития туризма на период до 2035 года предусмотрено решение таких организационных задач как: «создание условий для объединения, взаимодействия и развития субъектов туристической индустрии на основе кластерных структур и объединений в целях формирования, продвижения и реализации конкурентоспособного туристического продукта» [2].

Национальный план призван сформировать комплекс мер по приоритетным направлениям в соответствии с основными положениями Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы, включая содействие достижению «зеленого» экономического роста в условиях сохранения природного капитала и повышение занятости путем создания «зеленых» рабочих мест. В число приоритетных направлений развития «зеленой» экономики в нашей стране было включено развитие экологического туризма и агроэкотуризма на период до 2035 года.

Документом определены мероприятия, направленные на реализацию национального плана. В частности, в перечень включены мероприятия по:

- развитию экологической сертификации и экомаркировки;
- разработке законодательства в сфере обращения химических веществ в части ограничения использования оксопластмасс и микропластмасс;
- продвижению «зеленых» маркетинговых стратегий в области устойчивого производства среди организаций Республики Беларусь;
- совершенствованию законодательства об обращении с отходами, а также в области производства и обращения органической продукции;
- повышению комфортности и безопасности условий проживания с постепенным переходом к ландшафтно-усадебной урбанизации, созданием и развитием сети поселений нового типа;
- развитию сети зарядных станций для электромобильного транспорта на территории Республики Беларусь;
- реализации Концепции развития велосипедного движения в Республике Беларусь;
- разработке Стратегии долгосрочного развития Республики Беларусь с низким уровнем выбросов парниковых газов на период до 2050 года;
- внедрению механизма добровольного экологического страхования [3].

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 10 декабря 2021 г. № 710 утвержден Национальный план действий по развитию «зеленой» экономики в Республике Беларусь на 2021–2025 годы. В качестве стратегической цели утвержденного плана определено развитие инклюзивной, умной и цифровой «зеленой» экономики, содействующей достижению экономического роста.

Государственная политика в сфере сельского туризма позволяет определить приоритеты, цели и вектор развития сельского туризма, создать дополнительные нерыночные механизмы формирования благоприятной институциональной среды осуществления деятельности. Государственное регулирование позволяет реализовать ряд инструментов институциональной поддержки сельского туризма:

- введение особых режимов налогообложения;
- предоставление налоговых льгот, субсидий;
- государственный заказ;
- оказание имущественной, информационной и иных форм поддержки;
- регламентация системы управления в туристической сфере;
- сертификация и прочие административные решения;

- прогнозирование и программирование развития сельского туризма;
- соблюдение требований технических нормативных правовых актов;
- противодействие монополистической деятельности и др.

4 октября 2022 г. Президентом Республики Беларусь подписан Указ №351 «О развитии агроэкотуризма», в котором:

- уточнены требования к объектам агроэкотуризма по числу жилых комнат для агроэкотуристов (не более десяти), ведению личного подсобного хозяйства и количеству оказываемых в комплексе видов услуг (не менее двух). Перечень услуг дополнен проведением мастер-классов, направленных на ознакомление посетителей с ремеслами и национальными традициями региона;

- установлена ответственность владельцев агроэкоусадёб за нарушение (в том числе со стороны посетителей) общественного порядка или спокойствия граждан, несоблюдение законодательства в сфере санитарно-эпидемиологического благополучия населения, природоохранных, противопожарных требований;

- введены ограничения по проведению презентаций, юбилеев, банкетов, иных мероприятий в непосредственной близости от соседних жилых домов;

- установлена необходимость получения в райисполкомах разрешения на ведение деятельности в сфере агроэкотуризма [4].

В целях создания дополнительных условий для развития агроэкотуризма в глубинке облисполкомы наделены правом определять перечни населенных пунктов, на территории которых размещение агроэкоусадёб не допускается. Вместе с тем предусмотрена возможность продолжения работы существующих агроэкоусадёб на таких территориях при условии выполнения иных требований Указа Президента Республики Беларусь.

Выполнение данного Указа Президента Республики Беларусь направлено на совершенствование регулирования деятельности в сфере агроэкотуризма, повышение качества оказываемых услуг защиту прав, проживающих по соседству с ними граждан, однако, исключение возможности вести гостиничный или ресторанный бизнес под видом агроэкоусадёб.

Решение проблем развития сельского туризма требует системного подхода к обозначенной тематике и адаптации к национальной практике передового инновационного зарубежного опыта управления. Среди исследований вопросов развития сельского туризма особое внимание следует уделять проблемам управления рискам, т.к. ещё недостаточно изучены теоретические и практические основы предпринимательских рисков, факторов их возникновения и инструментария предотвращения [5, С.1-2].

Разработка региональной стратегии развития сельского туризма должна постоянно совершенствоваться с учётом рисков и вызовов. Существует необходимость создания методического инструментария для разработки региональных стратегий с использованием приёмов риск-менеджмента, направленные на предотвращение многочисленных рисков и снижение вероятности возможных потерь в бизнесе. Учитывая, что риск предпринимателей является постоянным явлением инновационных решений, требующих больших затрат, необходимо прогнозировать убытки и снижать вероятность их возникновения.

Регулирование предпринимательских рисков в агротуристическом бизнесе может осуществляться по следующим подходам:

- государственная поддержка предпринимательства в АПК, включая программы и гранты для «Агрозкотуризма»;
- расширение деятельности агротуристического бизнеса путём диверсификации экономики бизнес-среды (района, области, трансграничного сотрудничества и др.);
- маркетинговые меры расширения кластерных коммуникаций между предпринимателями и другими субъектами хозяйствования;
- страхование рисков, связанные с утратой или гибелью урожая, животных, грузов при перевозке, рисков неплатежей контрагентов и других непредвиденных событий;
- превентивное обновление подходов к принятию управленческих решений и инноваций на всех этапах осуществления бизнеса, включая ключевые ресурсы предпринимательской деятельности (время, персонала, информации);
- подготовка кадров новой формации для обеспечения устойчивого развития агротуристического бизнеса в условиях цифровизации [6].

Региональные стратегии развития сельского туризма предполагают формирование прогнозов, касающихся величины туристского потенциала и обеспечения конкурентоспособности национальной туристической дестинации, а также составление мероприятий по развитию туристской инфраструктуры [7]. Разработка региональной стратегии сельского туризма в конкретном регионе должна предусматривать создание местных инициативных групп и оценку уровня развития сельского туризма. Качественные стратегии позволят повысить эффективность использования ресурсного потенциала конкретных территорий. На уровне административных районов разработка соответствующих планов сельского туризма наиболее целесообразна там, где сельский туризм, может быть, одним из приоритетных инвестиционных направлений. В иных же регионах оптимальным представляется введение соответствующих подпрограмм сельского туризма в местные отраслевые планы и комплексные социально-экономические программы.

Библиографические ссылки

1. *Давыденко Л. Н.* Синергия экономических знаний: научная школа профессора Л.Н. Давыденко. Минск: ИВЦ Минфина, 2021. С. 299–324.
2. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года // Утверждено Протокол заседания Межведомственного экспертно-координационного совета по туризму при Совете Министров Республики Беларусь от 7 октября 2020 г. № 05/34пр.
3. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P02100009&p1=1&p5=0> (дата обращения: 15.04.2022).
4. О развитии агроэкотуризма. Указ Президента Республики Беларусь №351 от 4 октября 2022г. [Электронный ресурс]. URL: https://pravo.by/upload/pdf/razvitie-biznesa/proekt_ukaz_agroekoturizm.pdf (дата обращения: 24.09.2023).
5. *Соболь К. Н.* Организационно-экономический механизм развития сельского туризма в регионе: автореф. дис. ...канд. экон. наук: 08.00.05. Минск, 2021. С. 1–2.
6. *Гайдукевич Л. М.* Агроэкодвижение и вузовская наука: перспектива сотрудничества // Агроэкотуризм-2030: новые поколения – новые тренды: материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 11дек. 2020г. / Белорус. гос. ун-т.; редкол.: Л.Н. Гайдукевич (гл.ред.), В.А. Клицунова, А.Н. Решетникова. Минск: БГУ, 2020. С. 16–20.
7. *Тарасёнок А. И.* Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности национальной туристической дестинации: методология и практика реализации: автореф. дис. ...докт. экон. наук: 08.00.05. Минск, 2018. С. 9–10.

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

С. Г. Давыдова

*ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого», Советской Армии 7, Великий Новгород 173011, Российская Федерация,
e-mail: sv_davidova@mail.ru;*

*ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» Новгородский филиал,
Германа 31, Великий Новгород 173003, Российская Федерация,
e-mail: sv_davidova@mail.ru*

В статье рассматриваются территориальные различия муниципальных образований Новгородской области по возможностям развития агротуризма. Автором раскрываются некоторые аспекты особенности географического положения, представлены показатели и выполнены расчеты обеспеченности транспортной инфраструктурой, на основе которых сделана группировка районов, так как транспортная обеспеченность является одним из наиболее значимых факторов.

Так же в статье определены объекты в некоторых районах, которые могут быть задействованы в развитии агротуризма. В таблице представлены данные по количеству средств размещения в муниципальных образованиях из которой видно, насколько отличаются возможности территорий. В заключении автор определяет факторы, способствующие развитию данного направления туризма.

Ключевые слова: Новгородская область; агротуризм; муниципальные образования; природный потенциал; средства размещения.

PREREQUISITES FOR THE DEVELOPMENT OF AGROTOURISM IN THE MUNICIPALITIES OF THE NOVGOROD REGION

S. G. Davydova

*Yaroslav the Wise Novgorod State University, Soviet Army 7, Veliky Novgorod 173011,
Russian Federation, e-mail: sv_davidova@mail.ru;
Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of
the Russian Federation, Novgorod branch,
Germana 31, Veliky Novgorod 173003, Russian Federation,
e-mail: sv_davidova@mail.ru*

The article examines the territorial differences of the municipalities of the Novgorod region in terms of the possibilities of agrotourism development. The author reveals some aspects of the peculiarities of the geographical location, presents indicators and performs calculations of the availability of transport infrastructure, on the basis of which the grouping of districts is made, since transport security is one of the most significant factors.

The article also identifies objects in some areas that may be involved in the development of agrotourism. The table shows data on the number of accommodation facilities in municipalities, from which it can be seen how different the possibilities of the territories are. In conclusion, the author identifies the factors contributing to the development of this direction of tourism.

Keywords: Novgorod region; agrotourism; municipalities; natural potential; accommodation facilities.

Новгородская область входит в состав так называемого классического «Северо-Запада», то есть находится на юго-западе Северо-Западного федерального округа. Удобное экономико-географическое положение частично компенсирует отсутствие сколь либо значимых минеральных ресурсов на территории области и 76-е место, [2] которое занимает область в рейтинге регионов России по природно-ресурсному потенциалу. Давая характеристику территории, нельзя забывать о внутри региональных различиях, ведь определяя выгодность ЭГП в целом, необходимо понимать, что особенности экономико-географического положения Чудовского муниципального района отличаются от Маревского, Волотовского, Холмского и т.д.. И тогда этот фактор уже сложно учитывать при оценке возможностей развития муниципальных образований.

Один из основных показателей транспортной инфраструктуры это плотность (густота) транспортной сети. Плотность транспортной сети (P) отражает транспортную обеспеченность территории и определяется отношением протяженности сети (L) к площади территории (S). $P = L/S$.

Территория области неравномерно покрыта автодорожной сетью. Учитывая это на территории Новгородской области можно выделить районы:

- с низкой густотой автомобильных дорог - это Волотовский, Маревский, Поддорский, Батецкий, Крестецкий, Любытинский, Мошенской, Окуловский, Холмский, Чудовский, Шимский ($P - 0,04-0,1$),
- средней – Парфинский, Солецкий, Хвойнинский, Демянский, Маловишерский, Пестовский, Старорусский ($P - 0,11-0,18$)
- высокой - Боровический, Валдайский, Новгородский ($P - 0,19-0,23$),

Данная типология показывает различия развития транспортной инфраструктуры и является одним из неблагоприятных факторов для развития туризма.

Рассматривая особенности социально-экономического развития муниципальных образований можно отметить, что они существенно отличаются. Часть имеет возможности для привлечения инвестиций в промышленное производство, развитие транспортной инфраструктуры, сферы услуг. Для других это является довольно проблематичным в том числе, и

по выше изложенным причинам. Поэтому администрациям муниципальных образований необходимо искать пути решения социально-экономических проблем для повышения качества жизни населения.

На наш взгляд, одним из таких интересных, привлекательных (как угодно) направлений, может стать развитие агротуризма. На сегодняшний день это быстро развивающийся бизнес во многих регионах России. Для многих регионов в сельской местности наблюдается сокращение или недостаток рабочих мест, а как следствие отток сельского населения в городскую местность для поиска работы. Поэтому развитие агротуризма может быть одним из значимых факторов для развития сельских территорий. Уже сейчас агротуризм получает достойное развитие в одних муниципальных образованиях и отстает – в других. Это связано, как с расположением районов, так и с уровнем и возможностями развития инфраструктуры.

В то же время, на территории практически всех муниципальных образований есть объекты, которые могут быть и уже задействованы в развитии агротуризма. Ими являются как объекты посещения, так и места размещения для туристов. Рассмотрим некоторые из них.

Батецкий район расположен на западе области, недалеко от Великого Новгорода и объектами посещения для туристов являются:

- информационный туристический Визит-центр «Шум Гора»;
- информационный центр «Краевед»;
- средневековый курган «Шум–гора»;
- парк–усадьба «Дубцы»;
- информационно–методический центр;
- парк живой природы «Воронова слобода» [3].

Крестецкий район имеет центральное расположение, объекты находящиеся на его территории это:

- районный краеведческий музей, где представлена экспозиция «Крестецкая строчка»;
- музей Велимира Хлебникова;
- Староверческое подворье (где представлен был жителей одной из деревень).

В Новгородском районе объектами для посещения являются:

- краеведческий «Музей-мельница»;
- этнографический музей д. Наволок;
- Селогорский историко-этнографический музей;
- краеведческий музей земли Бронницкой [2].

В Окуловском районе:

- районный краеведческий музей им. Н.Н. Миклухо-Маклая;
- памятник Николаю Николаевичу Миклухо-Маклаю;

- усадьба «Заветное»;
- усадьба «Приволье» [4].

Как мы видим объектами, представляющими интерес для туристов, могут быть и историко-культурные памятники, места жизни известных личностей, а также природные особенности и обустроенные усадьбы, где можно почувствовать себя деревенским жителем и заняться уборкой сена или сбором урожая ягод и грибов.

В последнее время, Правительство Новгородской области уделяет большое внимание развитию данного направления, уже сейчас существует ряд успешно функционирующих объектов агротуризма, среди них: мини гостиницы, гостевые дома, туристские агрофермы, ремесленные мастерские и т.д. В том числе: гостевые дома в селе Полново, в деревне Новотроицы, «Закидово», «Константинова Усадьба» и др. деревенский домик в Любитово, частная усадьба «Русская деревенька», крестьянское хозяйство Слободской Н.К. Распределение по муниципальным районам представлено крайне неравномерно (таблица).

**Распределение объектов агротуризма по муниципальным районам
Новгородской области**

Название района	Количество объектов
Валдайский	20
Демянский	6
Окуловский	3
Новгородский	2
Старорусский	2
Любытинский	1
Поддорский	1
Солецкий	1
Шимский	1
Хвойнинский	1
Всего	43

Составлено по: [2].

Как мы видим, лидером по количеству объектов является Валдайский район, за ним следует Демянский и Маловишерский районы. Большая объектов находится на территории «Валдайского национального парка»,

на берегах крупных озер и рек Новгородской области. Лидерство Валдайского, Демянского и Маловишерского района связано с наличием природного потенциала, выгодным географическим, хорошей транспортной доступностью. Конечно данная информация является далеко не полной, сведения об объектах агротуризма представлены в разных информационных источниках и не представлены в варианте статистических данных.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что агротуризм в Новгородской области продолжает развиваться, хоть и не столь быстрыми темпами как этого хотелось бы. Можно выделить основные факторы, влияющие на развитие этого направления туризма, это:

1. Уникальность природы сельских территорий, обилие истории, культуры, архитектуры, привлекательных для туристов.
2. Отношение власти к данному виду деятельности.
3. Наличие активного населения, желающего заниматься этой деятельностью.

На наш взгляд в Новгородской области присутствуют все предпосылки для его дальнейшего развития. Администрациям муниципальных образований и сельских поселений необходимо больше уделять внимания популяризации среди сельского населения данного направления в туризме, привлекать его к обучению в сфере гостеприимства, информировать о возможностях получения грантовой поддержки. И тогда территория сможет в большей степени использовать свой природный и культурный потенциал.

Библиографические ссылки

1. Александров С. В., Бойцова О. В. Объекты сельского туризма Новгородской области. Великий Новгород. Копировально-множительный центр ГАУ. 2019. С. 58–70.
2. Водопьянова А. Событийный туризм и туристские объекты в удаленных районах – новый этап развития Новгородской области // Инвестиции в туризм, 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://rusturinvest.ru> (дата обращения: 14.09.2023).
3. Давыдова С. Г., Дружнова М. П. Развитие туризма в Новгородском регионе в XIX-XX веке // Вестник Новгородского филиала РАНХиГС. 2016. Т. 1. № 5–1. С. 229–238.
4. Давыдова С. Г., Дружнова М. П. Динамика развития туризма в муниципальных образованиях Новгородской области // Вестник Новгородского филиала РАНХиГС. 2016. Т. 5. № 2-2 (6). С. 229–238.

РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ ALBERGO DIFUSSO В МЕЖДУНАРОДНОМ ГОСТИНИЧНОМ СЕКТОРЕ

В. М. Дедок

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

В статье представлен краткий обзор развития концепции “albergo diffuso” в международном гостиничном секторе (Италия, Франция, Греция); обозначены основные характерные особенности объектов, работающих в рамках данной концепции (объединение реконструированных эстетичным и аутентичным образом заброшенных домов с целью их функционирования как отеля; незаметное слияние отеля не только с существующей архитектурой, но и местной культурой и обычаями; обеспечение эксклюзивного и одновременно самобытного размещения гостей; предоставление новых перспектив для развития заброшенных поселений и др.); представлены примеры успешно реализованных проектов на международном уровне.

Ключевые слова: рассредоточенный отель; этнокультурное поселение; международный гостиничный сектор.

DEVELOPMENT OF THE ALBERGO DIFFUSO CONCEPT IN THE INTERNATIONAL HOTEL SECTOR

V. M. Dedok

*Belarusian State University, Nezavisimosti Av., 4,
220030, Minsk, Belarus, viktoria_dedok@yahoo.com*

The article provides a brief overview of the development of the concept of “albergo diffuso” in the international hotel sector (Italy, France, Greece); identifies the main characteristic features of facilities operating within the framework of this concept (combining aesthetically reconstructed and authentic abandoned houses in order to function as a hotel; imperceptible merging of the hotel not only with the existing architecture but also local culture and customs; providing exclusive and at the same time original accommodation for guests; providing new prospects for the development of abandoned settlements, etc.); Examples of successfully implemented projects at the international level are presented.

Keywords: albergo diffuso; ethnocultural settlement; international hotel sector.

Дословный перевод с итальянского языка термина “albergo diffuso” означает «разбросанный отель» или «рассредоточенный отель». Вместе с тем более глубокое изучение данной темы свидетельствует, что «альберго дифуззо» - это не просто иной формат ведения гостиничного бизнеса, отличающийся от классического своим территориальным расположением,

это абсолютно новый концепт гостиничного продукта, предложенный всему миру в качестве уникальной модели итальянского гостеприимства.

Особенность заключается в том, что, в отличие от обычного отеля, который располагается в одном здании, *albergo diffuso* относится скорее к целой деревне, в которой отдельные дома объединяются, чтобы функционировать как отель. Эта концепция описывает проекты по восстановлению и возрождению деревень и поселений, в рамках которых заброшенные дома и другие здания реконструируются эстетичным и аутентичным образом для повторного использования их в качестве гостиниц и мест размещения для туристов. Философию, стоящую за «рассредоточенным отелем», можно сформулировать как незаметное слияние отеля не только с существующей архитектурой, но и местной культурой и обычаями.



Рис.1. Отель в его классическом понимании (слева) и «рассредоточенный отель» (справа).

Источник: [1]

Джанкарло Далл'Ара, президент Associazione Alberghi diffusi (Национальная ассоциация Alberghi diffusi) предложил идею создания данной концепции средств размещения в начале 1980-х гг. как способ решения сложившейся ситуации с горными поселениями Карнийских Альп в итальянском регионе Фриули-Венеция-Джулия: деревни пришли в упадок из-за старения или высокого уровня оттока местного населения. Впервые реализована на практике данная идея была в коммуне Комельянс (регион Фриули-Венеция-Джулия, Италия) и в коммуне Боза (регион Сардиния, Италия).

Концепция *albergo diffuso* призвана обеспечить эксклюзивное и одновременно самобытное размещение гостей, познакомить посетителей с местными жителями, все еще проживающими в деревне, и предложить деревне новые перспективы для развития (Dall'Ara 2007; Baltes 2011).

Предполагается, что данный концепт гостиничного продукта очень подходит для поселений в наиболее отдаленных участках туристических

маршрутов и, следовательно, кажется предназначенным для удаленных регионов страны.

Несмотря на свой необычный характер, «рассредоточенный отель» по своему функциональному назначению идентичен традиционному отелю, но уникальность его заключается в отсутствии необходимости строительства новых зданий: отель такой концепции создается на площадях ранее существовавших домов, расположенных близко друг к другу в центре старой деревушки. Одно из зданий становится стойкой регистрации, холлом, принимающим гостей для регистрации и выдачи ключей от номеров; в нем также размещаются иные гостиничные службы, ресторан, залы и места общего пользования. Другие здания становятся гостиничными номерами, которые обычно находятся в аутентично отреставрированных сооружениях в историческом центре поселения и должны быть расположены примерно в 200 метрах от центрального здания отеля. Как и в традиционных отелях, гости «рассредоточенного отеля» могут воспользоваться такими услугами, как ежедневная уборка номеров, помощь в обслуживании, доставка еды и напитков в номер по запросу, услуги ресторана и др. Иными словами, *albergo diffuso* - это средство размещения, в котором есть центральная стойка регистрации и здание ресторана, а также множество физически распределенных, но централизованно управляемых и обслуживаемых номеров для отдыха или апартаментов (расположенных в переделанных традиционных деревенских зданиях поблизости). Иногда управление основано на какой-либо форме кооператива, в котором объединяется группа домовладельцев.

Философию, стоящую за «рассредоточенным отелем», можно сформулировать как незаметное слияние отеля не только с существующей архитектурой, но и местной культурой и обычаями. Гости должны чувствовать себя местными жителями, и у всех оставшихся жителей также должно быть ощущение, что жилье является настоящей частью деревни (Schmitt 2015). Местные жители непосредственно участвуют в туристической деятельности данного поселения, производят товары, необходимые для ведения бизнеса, и знакомят гостей со своим образом жизни. Кроме того, «рассредоточенный отель» призван учитывать культурные и исторические особенности региона и поддерживать высокие стандарты качества, аналогичные стандартам отелей не ниже уровня сервиса «три звезды».

Проживание в *albergo diffuso* позволяет гостю почувствовать себя в домашней обстановке: аутентичная атмосфера, комнаты отличаются друг от друга, уютная домашняя мебель, внимание к деталям, доступ к внутренним дворикам, контакт с местными жителями, гостеприимная и неформальная обстановка, спонтанность в планировании действий в период проживания, персонализированный подход. Вместе с тем, *albergo diffuso*

для гостя остается гостиницей, о чем свидетельствуют наличие широкого спектра услуг, оказываемых на профессиональном уровне, наличие мест общего пользования, возможность заблаговременного бронирования проживания, применение стандартов качества в процессе оказания услуг.

Интерес к проживанию в *albergo diffuso* обусловлен рядом факторов: возможность «живого общения» с местными жителями, что позволяет знакомиться с особенностями быта населения небольших деревень, их традициями, культурой; возможность временного погружения в атмосферу деревенской жизни, что позволяет увидеть изнутри и ощутить ритм жизни в малых поселениях, «замедлиться» и услышать самого себя, прожить новый эмоциональный опыт.

Развитие *albergo diffuso* содействует развитию так называемого «медленного туризма» (от англ. *slow tourism*), что предполагает «подход к путешествиям, подчеркивающий связь с местными жителями, культурой, едой и музыкой. Он основан на идее, что поездка предназначена для обучения и оказания эмоционального воздействия, оказывая при этом устойчивое развитие для местных сообществ и окружающей среды» [3].

Тенденция “медленных путешествий” становится все более популярной в последние годы, однако из-за COVID-19 она значительно ускорилась. По прогнозам, популярность медленного туризма продолжит расти, становясь альтернативой более традиционным видам отдыха, и, по оценкам, его совокупный годовой темп роста может составить 10% [3].

Хотелось бы отметить, что развитие *albergo diffuso* является своего рода инструментом для познания особенностей национального гостеприимства Италии, так как именно этот вид средств размещения позволяет любому путешественнику, независимо от его национальности, увидеть пример истинно итальянского гостеприимства посредством жизни в итальянской деревне. Как отмечалось ранее, персонал, обслуживающий работу данных средств размещения, как правило, это местные жители. Соответственно, в основе оказываемых услуг находятся подходы, основанные на национальной культуре и традициях, подходы «от жизни», а не из международных гостиничных стандартов и правил. Подходы к обслуживанию в *albergo diffuso*, местная гастрономия, традиционное внутреннее убранство комнат, аутентичная среда проживания – все вместе это будет иметь, возможно не так ярко выраженные, но явно заметные аутентичные особенности гостеприимства, характерные исключительно этой стране, что в совокупности с другими аспектами формирует национальное гостеприимство страны и позволяет использовать его как некий бренд для привлечения туристов в страну и развития туризма в стране в целом.

В Италии за последние несколько десятилетий ряд инвесторов купили части поселений или даже целые деревни и превратили их жилой

фонд в отели. По данным на 2018 г. по всей стране насчитывалась 81 объект, функционирующий в рамках концепции *albergo diffuso* [4]. Региональное распределение имеет не равномерный характер: наибольшее количество организаций представлены в регионах Лацио (9 организаций), Сардиния (8), Тоскана (7), Умбрия (7), Марке (7), Сицилия (6), Молизе (6). В регионах Апулия, Базиликата, Ломбардия, Эмилия-Романья, Фриули-Венеция-Джулия расположены по 4 организации в каждом; в Пьемонт, Лигурия, Абруццо, Кампания – по 2 организации в каждом. Наименьшее количество объектов (по одному) представлены в Трентино-Альто-Адидже, Венето, Калабрия.

Следует отметить, что территориально концентрация «рассредоточенных отелей» приходится на районы между Тосканой на севере и Молизе на юге, то есть регионы, которые являются частью природных ландшафтов центральных Апеннин и Тирренского предгорья. Здесь насчитывается 32 объекта, функционирующий в рамках концепции *albergo diffuso*, что составляет около 40% от всех тех, кто принадлежит к ассоциации [4].

Помимо итальянского *albergo diffuso*, в других европейских странах также существует множество инициатив, которые не полностью соответствуют этому идеальному типу, отличаясь, например, подходами в управлении, усилиями, предпринимаемыми для сохранения аутентичности, а также масштабами и целями возрождения объектов.

В качестве успешных историй создания и развития «рассредоточенных отелей» за пределами Италии хотелось бы привести два примера.

Первый «рассредоточенный отель» – CRILLON LE BRAVE PROVENCE – расположен в одноименной французской коммуне Крийён-ле-Брав департамента Воклюз региона Прованс – Альпы – Лазурный Берег.



Рис.2. Отель CRILLON LE BRAVE PROVENCE (Франция, 2023 г.)
Источник: [5]

Здесь канадский инвестор купил большую часть пустующей недвижимости в 1988 г. и основал небольшой отель в стиле загородного дома. Первоначальное количество доступных номеров выросло увеличилось с 11 до 34, и со временем комплекс в стиле загородного дома превратился в пятизвездочный отель, который включает в себя 9 исторических зданий в центре деревни. Ценовая политика объекта размещения ориентирована на сегмент потребителей с доходом выше среднего уровня. По данным на ноябрь 2023 г. стоимость проживания составляла от 450 евро в сутки и выше, включая завтрак. К услугам гостей в комплексе представлены открытый бассейн, фитнес-центр, 2 ресторана и 2 бара. Кроме этого, гости могут воспользоваться велосипедами для прогулки, погулять по виноградникам или просто прогуляться по сельской местности [5]. В 2014 г. данный объект оценили как “лучший отель в Провансе”, поскольку он предлагает все, что гости ожидают от отдыха в Провансе [4].

Другой успешный пример создания и развития объекта размещения, исполненного в концепции *albergo diffuso*, - это отель *Kapsaliana Village Hotel*, расположенный в одноименной деревне Капсалиана на греческом о. Крит. В середине XX в. в деревне проживали 50 человек, первоначально она развивалась вокруг фабрики по производству оливкового масла, принадлежавшей близлежащему монастырю Аркади. Маслобойня была заброшена в 1955 г., и все жители, кроме двух, покинули деревню. Местный архитектор купил почти заброшенное поселение и превратил его в отель. На рисунке 2 показано здание, построенное после реставрации, которая заняла более 20 лет. Открылся отель *Kapsaliana Village Hotel* в 2008 г. с 22 жилыми комплексами, 15 из которых расположены в старых каменных домах [6]. Стоимость номера в сутки составляет от 200 евро (по данным на ноябрь 2023 г.). Кроме проживания к услугам гостей представлены открытый бассейн, ресторан, бар, услуги гида, магазин с местными продуктами, открытая терраса, услуги по аренде автомобиля.



Рис.3. Отель *Kapsaliana Village Hotel*, о.Крит, Греция (до и после реставрации)
Источник: [6]

Важно понимать, что инвестиции в заброшенные деревни требуют предварительной глубокой аналитической работы по оценке перспектив возможного успешного развития проекта: наличие желания создать объект размещения в заброшенной деревне и наличие необходимых инвестиций для этого не являются достаточным ресурсом для гарантированного успеха. Отель *albergo diffuso* обладает набором отличительных характеристик, которые позволяют ему зарекомендовать себя на рынке туристических и гостиничных услуг в качестве конкурентоспособного игрока, в то же время способствуя устойчивому экономическому развитию территории, на которой осуществляется его деятельность.

Ключевые факторы успеха включают в себя те переменные, которые руководство предприятия может контролировать, и те переменные, которые не подвластны контролю, т.е. руководство должно рассматривать их как ограничения для успешного функционирования предприятия. Понимая это, предприятие может быть источником экономической и социальной ценности.

К числу важных ключевых факторов успеха для средств размещения в концепции *albergo diffuso* относятся:

- окружающая среда (территориальные связи; влияние местного сообщества на *albergo diffuso* и наоборот);
- сегмент рынка туристических и гостиничных услуг, на который ориентирована деятельность *albergo diffuso*;
- стратегии, реализуемые *albergo diffuso* [7].

Что касается территориальных связей, то успех *albergo diffuso* на самом деле сильно зависит от типа отношений, установленных с местным сообществом, так как оно фактически является носителем антропологической культуры, которая должна пронизывать деятельность *albergo diffuso*: любовь и уважение к природе, сохранение старых ремесел и традиций, гостеприимство к посетителям.

Стоит отметить, что отели *albergo diffuso* получили свое признание на международном уровне. В Италии и других странах Южной Европы существует более 250 инициатив подобного рода [2]. Начиная с 2009 г., отели данной концепции были открыты в Швейцарии, Ирландии, Хорватии, Черногории, Франции, Германии, Словакии, Сербии, Сан-Марино, а также в Японии, Китае, США, Австралии, Южной Корее. Бренд *Sextantio* планирует экспортировать модель отелей *albergo diffuso* в Африку, запустив новое направление гостиничного бизнеса, состоящее из серии хижин, расположенных на острове Нкомбо, озеро Киву, Руанда [8; 9].

Концепция отеля *albergo diffuso*, миссия и философия которого основаны на неотъемлемых человеческих ценностях, была принята далеко за

пределами Италии. Полностью разработанная в соответствии с индивидуальными особенностями местных условий, это гибкая модель может быть адаптирована к отдельным территориям или адаптироваться со временем в соответствии с меняющимися потребностями.

Высокая привлекательность отелей *albergo diffuso* сохраняется в период глобальных потрясений, когда туристы ищут способы жить более устойчиво и путешествовать более осмысленно. 90% итальянских отелей *albergho diffuso* открыты круглый год и имеют высокий показатель заполняемости, что не всегда характерно большинству традиционных отелей [8].

Летом 2021 г. путешественники активно посещали небольшие итальянские деревни, чтобы остановиться в *albergho diffuso*, несмотря на пандемию. Расположение объектов размещения в отдаленных районах с красивыми природными пейзажами гарантирует социальную дистанцию. Вместе с тем, есть предположение, что путешественниками движет нечто большее, чем просто их безопасность.

Проживание в *albergo diffuso* обещает незабываемые впечатления, основанные на общих ценностях. “Когда вас принимают в *albergo diffuso*, вы не просто соглашаетесь на обмен услугами. Вы вступаете в человеческие отношения”, - объясняет Джанкарло Далл'Ара, президент *Associazione Alberghi diffusi* (Национальная ассоциация *Alberghi diffusi*) [8].

Фактически, отель *albergo diffuso*, благодаря своей аутентичности, близости к строениям, из которых он состоит, и присутствию оживленного местного сообщества, предлагает скорее новый стиль жизни для гостей, чем период простого отдыха. Одна эта особенность способна обеспечить достаточный экономический оборот, поскольку она нивелирует сезонность спроса и способствует появлению новых туристических направлений, которые обычно находятся в отдаленных местах.

Библиографические ссылки

1. Giancarlo Dall'Ara. Albergo Diffuso - a worldwide model of Italian hospitality [Electronic resource] // ADI : сайт. URL: <https://drive.google.com/file/d/1LtdBswwjAI5NYjCyZuhn-c7mUnWB8M7J/view> (date of access: 01.11.2022)
2. “Albergo Diffuso”: The Italian model for rural revitalization and sustainable tourism development // Global Forum on Human Settlements (GFHS) сайт. URL: https://gfhsforum.org/content?article_id=622 (date of access: 10.11.2022)
3. What is Slow Tourism? The next big hospitality trend // EHL Hospitality Business School. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/what-slow-tourism> (date of access: 10.11.2022).

4. Reichert-Schick, A. The village as a hotel. Tourism-oriented revitalization of rural settlement: A good practice concept for European peripheries? In *European Rural Peripheries Revalued: Governance, Actors, Impacts*; Grabski-Kieron, U., Mose, I., Reichert-Schick, A., Steinführer, A., Eds.; LIT Verlag: Münster, Germany, 2016; pp. 198–228.
5. Crillon Le Brave Provence. Factsheet. URL: <https://www.crillonlebrave.com/cache/files/crillon-le-brave-a-propos-de-l-hotel-crillon-le-brave-5388.pdf> (date of access: 01.11.2023).
6. Kapsaliana Village Hotel. Official website. URL: https://www.kapsalianavillage.gr/?gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMIjv_3iZymhAMVU5WDBx1gFAJHE-AAYASAAEgKIufD_BwE (date of access: 01.11.2023).
7. Vallone, C., Orlandini, P., Cecchetti, R. Sustainability and innovation in tourism services: the Albergo Diffuso case study // *Eurasian Journal of Social Sciences*, 1(2), 2013. URL: https://www.academia.edu/68855422/The_Albergo_Diffuso_Case_Study (date of access: 31.10.2023).
8. Hengel, L. Alberghi Diffusi Are The Most Sustainable Hotels In Italy — Here's Why. URL: <https://www.forbes.com/sites/liviahengel/2021/01/27/alberghi-diffusi-are-the-most-sustainable-hotels-in-italy---heres-why/?sh=1ad73c4f6d0b> (date of access: 31.10.2023)
9. The Capanne Project. Official website. URL: <https://www.sextantiorwanda.com/en/> (date of access: 31.10.2023).

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ АГРОЭКОТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Д. В. Кабельков

*ООО «ТрэвелСофт Консалтинг»,
пр. Независимости, 58В, офис №231, 220005, г. Минск, Республика Беларусь,
danil.kabelkov@yandex.ru*

В статье проанализирована эффективность применения цифровых маркетинговых стратегий для продвижения агроэкотуристических предприятий в Республике Беларусь на основе имеющегося в стране ресурсного потенциала и мирового опыта. Автором были проанализированы различные методики цифрового маркетинга, такие как социальные медиа, контент-маркетинг, поисковая оптимизация и другие, и их применимость к агроэкотуризму. Исследование подчеркивает практическое значение использования цифровых маркетинговых стратегий в агроэкотуризме, обеспечивая предприятиям инструменты для конкурентного продвижения и увеличения своей целевой аудитории. Эти результаты представляют собой новаторский вклад в понимание современных методов маркетинга в сельском туризме и могут быть использованы предприятиями и специалистами в этой области для дальнейшего успешного развития.

Ключевые слова: экологический туризм; агротуризм; инновации; цифровые технологии в агроэкотуризме; цифровой маркетинг.

APPLICATION OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN PROMOTING AGROECOTOURISM ENTERPRISES

D. V. Kabelkov

*TravelSoft Consulting LLC
58 Nezavisimosti Ave., office No.231, 220005, Minsk, Republic of Belarus,
danil.kabelkov@yandex.ru*

The article analyzes the effectiveness of using digital marketing strategies to promote agroecotourism in the Republic of Belarus based on the country's existing resource potential and world experience. Various methods of digital marketing – such as social media, content marketing, search engine optimization and others – and their applicability to agroecotourism were analyzed by the author. The study highlights the practical importance of using digital marketing strategies in agroecotourism, providing enterprises of this sphere with tools for competitive promotion and increasing their target audience. These results represent an innovative contribution to the understanding of modern marketing methods in rural tourism and can be used by enterprises and specialists in this field for further successful development.

Keywords: ecological tourism; agrotourism; innovations; digital technologies in agroecotourism; digital marketing.

Агроэкотуризм становится все более популярным среди туристов, стремящихся познакомиться с природой, сельской жизнью и традиционными методами сельского хозяйства. В контексте Беларуси, где сельское хозяйство играет ключевую роль, агроэкотуризм представляет собой ключевую отрасль развития как туристического сектора в частности, так и экономики в целом. Эффективное использование цифровых маркетинговых стратегий может значительно способствовать продвижению агроэкотуристических предприятий.

Современное общество становится все более осознанным в отношении экологических и природных аспектов жизни. Кроме того, сегодня потребитель туристических услуг подходит к выбору турпродукта намного тщательнее и избирательнее. В этой связи, цифровые маркетинговые стратегии становятся важным инструментом для привлечения туристов на агроусады в Беларуси. Аналитика показывает, что сфера агроэкотуризма имеет огромный потенциал и требует активной цифровой поддержки.

По статистике ЮНВТО более чем 80% туристов в мире используют Интернет для сбора информации перед отправкой в путешествие и, в самом ближайшем будущем, страны без соответствующей инфраструктуры ИКТ, практически будут устранены из международной конкуренции в сфере туризма [3]. Кроме того, автором было проведено собственное исследование в виде опроса лиц от 18 до 45 лет, с целью выяснения основных инструментов, используемых ими при планировании отдыха. Результаты представлены на рисунке 1.

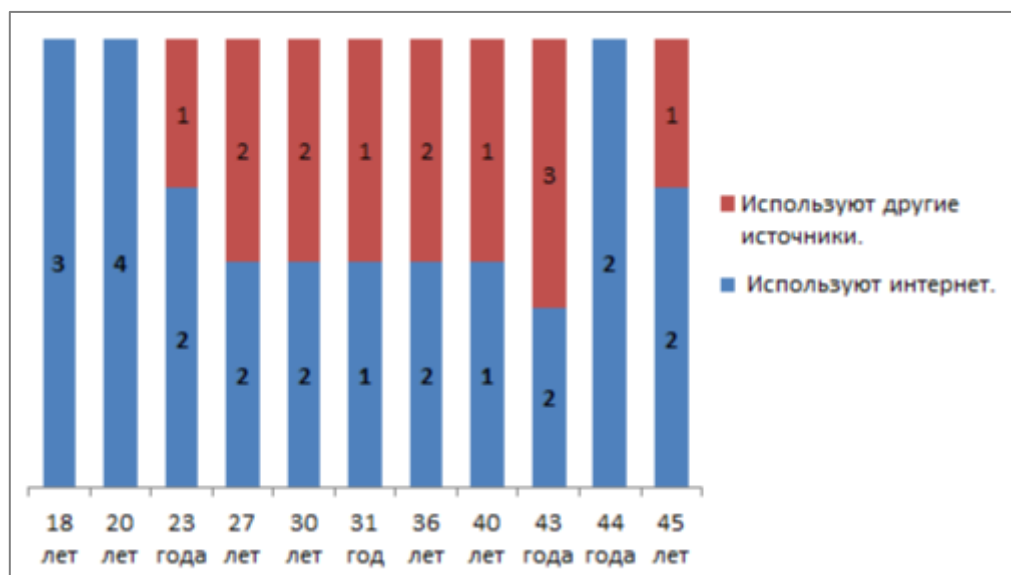


Рис.1. Основные инструменты, используемые при планировании отдыха лицами от 18 до 45 лет

Анализ приведенных выше данных позволяет сделать вывод о том, что цифровой маркетинг является неотъемлемой частью стратегии продвижения агроэкотуристических предприятий. Важно отметить, что в связи с глобальной пандемией COVID-19, интерес к отдыху на природе и вдали от многолюдных курортов значительно увеличился. Цифровые маркетинговые стратегии позволяют агроусадьбам быстро адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка и предоставить информацию, необходимую для привлечения туристов.

Создание продающего сайта становится ключевым элементом цифровой стратегии для агроэкотуристических предприятий. Для начала необходимо вывести определение продающего сайта. Автором статьи предложен следующий вариант трактовки данного понятия: *продающий сайт* – это интернет ресурс, созданный с целью привлечения большого трафика уникальных пользователей и максимизации продаж; основными целями такого ресурса являются информирование пользователей, а также активное взаимодействие с ними, мотивирующее на совершение покупки. Таким образом, продающий сайт предоставляет информацию о предложении агроусадьбы, фотографии, отзывы гостей, цены и условия проживания. Этот инструмент не только упрощает поиск информации для потенциальных клиентов, но также способствует повышению доверия к предприятию.

Согласно данным Google Analytics, в среднем более 60% пользователей сайта агроусадьбы изучают его через мобильные устройства. Поэтому создание мобильно-адаптированного сайта также крайне важно. Этот сайт должен быть удобным, быстрым и информативным. Он должен предоставлять возможность онлайн-бронирования и оплаты, что упрощает процесс бронирования для клиентов и увеличивает конверсию.

Интеграция систем онлайн-бронирования и предоставление возможности для онлайн-консультаций существенно упрощают процесс планирования поездки для потенциальных посетителей. Цифровые технологии позволяют им ознакомиться с предложениями, узнать о наличии свободных дат и получить необходимую информацию без необходимости посещения места заранее.

На основе данных Белстата о развитии туризма [2], автором была составлен рисунок 2, показывающий процентное соотношение туристов, обслуженных агроусадьбами, к общему объему обслуженных туристов всеми средствами размещения. Стоит отметить тот факт, что все представленные в отчете – кроме агротусадб – средства размещения обладают в различной степени эффективно функционирующим онлайн сервисом по поиску и бронированию.



Рис. 2. Соотношение туристов, обслуженных агроусадьбами, к общему объему обслуженных туристов всеми средствами размещения (%)
Составлено по: [2]

На основе анализа рынка агроэкотуризма в Беларуси и мировых трендов, можно сделать вывод о необходимости создания онлайн-платформы, которая представляла бы собой маркетплейс агроусадеб. Этот маркетплейс объединил бы различные агроусадьбы, предоставляя пользователям возможность сравнивать и выбирать предложения, основываясь на их предпочтениях и бюджете. Это снизило бы порог для начала путешествий на агроусадьбы и привело бы к увеличению числа туристов. Такие маркетплейсы, как уже успешно функционирующий в России «Островок» или портал Vetliva в Беларуси, существенно упрощают процесс выхода нового бизнеса на рынок, а также предоставляют дополнительные конкурентные преимущества уже долгое время функционирующим агроусадьбам.

Подобная онлайн-платформа также предоставит возможность пользователям бронировать проживание и оплачивать его онлайн. Это сделает процесс бронирования более удобным и безопасным как для клиентов, так и для предприятий.

Интеграция систем онлайн-бронирования и предоставление возможности для онлайн-консультаций существенно упрощают процесс планирования поездки для потенциальных посетителей. Цифровые технологии позволяют им ознакомиться с предложениями, узнать о наличии свободных дат и получить необходимую информацию без необходимости посещения места заранее[1].

Таким образом, применение цифровых маркетинговых стратегий в продвижении агроэкотуристических предприятий в Беларуси является неотъемлемой частью успешного развития данной отрасли. Социальные сети, цифровая реклама, онлайн-бронирование и консультации предоставляют уникальные возможности для привлечения внимания и удержания

посетителей. Развитие и использование современных цифровых маркетинговых технологий в агроэкотуризме способствует укреплению экономической устойчивости сельских усадеб и обогащению туристического опыта.

Цифровые маркетинговые стратегии имеют ключевое значение в продвижении агроэкотуризма в Беларуси. Аналитика показывает, что потенциал этой сферы велик, и важно использовать современные технологии для ее развития. Создание продающего сайта и маркетингового агроусадеб становятся важными шагами в этом направлении. Они помогут агроэкотуристическим предприятиям привлекать больше туристов и предоставлять им удобные и безопасные условия для отдыха.

Библиографические ссылки

1. *Гарифьянова В. И., Мухаметзянова Ф. Г., Закиров Т. Р.* Исследование информационных технологий в туристской индустрии // Казанский вестник молодых учёных. 2018. №3.

2. Статистический бюллетень «Развитие туризма, деятельность туристических организаций, средств размещения Республики Беларусь за 2022 год» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/117/t646wtww09evto870cgzswkf2rlhakq9.pdf>

3. UNWTO Tourism Statistic [Electronic resource]. URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics> (дата обращения: 24.09.2023).

РОЛЬ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА: ГЛОБАЛЬНЫЙ, НАЦИОНАЛЬНЫЙ И ЛОКАЛЬНЫЙ УРОВНИ

В. А. Клицунова

*Global Agritourism Network, www.globalagritourismnetwork.org,
lera.greenbelarus@gmail.com*

В статье дается анализ деятельности некоммерческих организаций в сфере сельского туризма разных уровней - глобального, национального и локального. Показана особая роль этих организаций в объединении сельских жителей для занятия туризмом, защиты их интересов, обучении, формировании стандартов качества, создании туристического продукта и продвижении его на национальном и международном рынках, а также во внедрении инноваций и креативных подходов устойчивого развития на основе принципа «думай глобально - действуй локально».

Ключевые слова: сельский туризм; некоммерческие организации; Глобальная сеть агротуризма (Global Agritourism Network); национальные ассоциации сельского туризма.

THE ROLE OF NON-PROFIT ORGANIZATIONS IN THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM: GLOBAL, NATIONAL AND LOCAL LEVELS

V. A. Klitsounova

*Global Agritourism Network, www.globalagritourismnetwork.org,
lera.greenbelarus@gmail.com*

The article analyzes the activities of non-profit organizations in the field of rural tourism at different levels - global, national and local. Their special role is shown in uniting rural residents and engaging them in tourism, lobbying their interests, education, setting quality standards, creating a tourist product and promoting it on national and international markets, as well as in introducing innovations and creative approaches to sustainable development based on the principle of "think globally - act locally".

Keywords: rural tourism; non-profit organizations; Global Agritourism Network; national associations of rural tourism.

Сельский туризм - особый вид туризма, который отвечает современным приоритетам общества: устойчивое развитие, сохранение наследия, поддержка местных инициатив и стартапов, формирование экологического сознания населения и зеленая экономика.

По своей природе он гетерогенен, затрагивает разные виды деятельности, разные сферы жизни - сельский образ жизни, сельскую природу, культурно-материальное наследие в сельской местности, а также досуг и разные виды активностей. Помимо этого, участники этого процесса - провайдеры сельского туризма - географически разбросаны и независимы. Все это делает процесс управления сельским туризмом, его координацию и развитие достаточно сложным. Традиционная иерархическая управленческая структура здесь не подойдёт. Нужны более гибкие формы, такие как сетевые горизонтальные объединения. Прежде всего это различные некоммерческие негосударственные структуры, объединяющие людей, занимающихся схожим видом деятельности.

Некоммерческая организация в сфере сельского туризма глобального уровня была создана относительно недавно. Это – Глобальная сеть агротуризма (ГАН) – Global Agritourism Network (GAN). Этому предшествовал довольно длительный процесс формирования партнёрства и коллабораций, проведения совместных международных конференций и других мероприятий.

Так в ноябре 2018 года прошел 1-ый мировой конгресс по агротуризму в Больцано (Италия) на базе Европейской академии (Eurac Reserch). Именно там коллеги с разных континентов начали обсуждать идею объединения компетенций, знаний и практического опыта в сфере агротуризма «под одной крышей». В сентябре 2022 года во время Международного семинара в Вермонте, США за идею создания подобной организации проголосовали все страны-участники. И как итог 11 апреля 2023 года было официально объявлено о создании глобальной сети агротуризма (Global Agritourism Network) во время онлайн встречи, в которой участвовали представители всех континентов.

Организация быстро развивается и уже охватывает около 900 членов из 90 стран. Уникальность этой сети состоит в том, что она объединяет представителей разных сфер деятельности, связанных с развитием туризма в сельской местности - провайдеров агротуризма, представителей близких бизнесов, исследователей и преподавателей университетов, представителей туристических агентств, местных властей, маркетинговых организаций и т.д. Это - мировая площадка для обмена опытом, которая имеет уже свой сайт www.globalagritourismnetwork.org, раз в два года проводится мировая конференция по агротуризму (следующая - в 2026 году в Шотландии), систематически организуются и публикуются вебинары, на которых представляется лучший опыт и обсуждаются новейшие тенденции.

В организации сформированы комитеты по регионам - Восточная Европа, Западная Европа, Северная Америка, Южная Америка, Центральная

Америка и Карибские страны, Австралия и Новая Зеландия, Восточная и Юго-восточная Азия, Центральная, Западная, Южная и Восточная Африка, Океания. Также имеются и тематические комитеты - научно-исследовательский, образовательный, по коммуникациям, финансовый, по стандартам и качеству, по организации конференций и других ивентов. Все это позволяет объединять различные регионы по всему миру и совершенствовать методологические вопросы. Беларусь активно участвует в жизни Глобальной сети агротуризма, делится своим опытом и изучает мировой. Предполагается, что ГАН может стать своеобразной Всемирной туристической организацией (ЮНВТО) для сельского туризма.

Некоммерческие организации национального уровня играют ключевую роль в процессе развития сельского туризма в отдельно взятых странах. Они возникают по схеме «снизу вверх». Это всегда прежде всего инициатива людей, которые разделяют общие взгляды и ценности, общие цели, и объединяются по сетевому принципу. В итоге они создают национальное объединение, которое позволяет им продвигать и защищать свои интересы, формировать положительное общественное мнение, создавать национальный турпродукт, повышать его привлекательность за счет инноваций и высоких стандартов качества, и как итог, развивать социально-экономический потенциал сельской местности.

Беларусь стала одной из последних европейских стран, развивающих сельский туризм. Но мы, используя мировой опыт, учитывая сделанные другими ошибки, опираясь на инновационные подходы и принципы устойчивого развития, смогли создать свой популярный турпродукт «Отдых в белорусской деревне».

Большинство стран, развивающих сельский туризм, имеют свои национальные ассоциации. Таблица 1 дает представление о том, как этот процесс развивался в постсоциалистических и постсоветских странах.

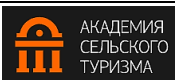
Анализ деятельности ассоциаций сельского туризма, и прежде всего, западноевропейских стран, позволяет сделать следующие выводы:

1. Правовая легализация сельского туризма и налоговые льготы придают его развитию взрывной характер. Ассоциации сельского туризма вместе с представителями власти могут инициировать изменения в законе, которые дают определенные привилегии этой категории сельских жителей. Это увеличивает количество официально зарегистрированных провайдеров сельского туризма, повышает качество обслуживания и создает честную конкурентную среду.

2. Регулирование сельского туризма в стране должно осуществляться на национальном уровне. Это особенно важно для стран с сильными автономиями для избежание смешения понятий и разночтений и введение в заблуждение потребителей.

Таблица 1

**Национальные ассоциации сельского туризма в постсоветских и
постсоциалистических странах**

Название организации и год основания	Логотип
Латвийская Ассоциация Сельского Туризма “Lauku Celotājs”, 1993.	
Польская Федерация Сельского Туризма “Guest Farms”, 1996.	
Союз Продвижение Сельского Зеленого Туризма Украины, 1996.	
Ассоциация Фермерского Туризма Словении, 1997.	
Литовская Ассоциация Сельского Туризма, 1997.	
Национальная Ассоциация Сельского Экологического и Культурного Туризма в Молдове, 2000.	
Белорусская Ассоциация Агро- и Экотуризма «Отдых в деревне», 2002 - 2023	
Эстонская Ассоциация Сельского Туризма Eesti Maaturism, 2002.	
Сельский Тур - Европейская Федерация Сельского Туризма, 2004.	
Национальная Ассоциация Сельского и Экотуризма России, 2013.	
Казахская Ассоциация Агро- и Сельского Туризма, 2019.	
Ассоциация Агротуризма Албании, 2022.	
Азербайджанская Ассоциация Сельского Туризма, 2023.	

3. Создание ассоциации на ранней стадии ускоряет развитие сельского туризма, при этом роль ассоциаций является решающей в процессе формирования правовых льгот и благоприятного общественного мнения.

4. Успех и надежность инициатив в сельском туризме зависят во многом от их бизнес-ориентации. Наиболее успешные хозяева усадеб фокусируют свое внимание на том, за что туристы готовы платить. Создание собственного бренда - очень эффективный механизм для быстрого развития этого вида туризма.

5. «Человеческий фактор» - основа сельского туризма, поэтому обучению и воспитанию персонала следует уделять самое пристальное внимание. Именно постоянный контакт и человеческое общение привлекают в этом виде туризма. А для того, чтобы удовлетворять постоянно растущие и меняющиеся потребности обслуживающий персонал должен много и постоянно трудиться.

Опыт создания и деятельности Белорусского общественного объединения «Отдых в деревне» доказывает справедливость данных утверждений. Организация была создана в 2002 году и за время своей деятельности достигла весьма значительных успехов. Ей удалось сформировать сильную и сплоченную команду единомышленников. За 20 лет деятельности в стране появилось более 3000 усадеб, работающих быстро, эффективно и творчески (таблица 2).

Таблица 2

Динамика развития агроусадьб в Беларуси

Область	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Брестская	4	32	75	124	151	178	199	253	296	346	343	368	388	423	434	462	429
Витебская	5	50	157	222	322	359	401	449	502	605	606	609	601	647	670	732	699
Гомельская	5	11	31	60	131	332	358	289	228	196	180	161	156	171	182	206	188
Гродненская	11	33	70	181	180	185	229	246	281	303	324	327	356	399	433	455	447
Минская	7	48	125	214	255	304	412	482	541	597	639	662	763	891	972	1054	1056
Могилевская	2	14	16	75	208	218	176	162	189	216	187	192	209	229	245	245	224
Всего	34	188	474	884	1247	1576	1775	1881	2037	2263	2279	2317	2473	2760	2936	3150	3043

Источник: [2].

Деятельность некоммерческих организаций сельского туризма локального уровня чрезвычайно важна. Они работают на «линии соприкосновения» с туристами, формируют их впечатления и, соответственно, имидж места.

В качестве примера хочется использовать польский опыт. В Польше существует сеть очень креативных локальных объединений - тематические деревни (более 50). Идея их создания пришла из Австрии и Германии.

Одна из таких деревень, весьма популярная и по замыслу, и по доступности затрат - «Деревня лабиринтов», созданная в 2005 - 2007 годах в районе Западной Померании на базе фермерского хозяйства при поддержке 10 сельских жителей. С 2012 года ей был присвоен статус «образовательная ферма», который в Польше весьма востребован.

Гостям этой тематической деревни предлагаются различные образовательные и развлекательные программы, командных работ, различные тематические семинары. Теперь это объединение привлекает 10000 - 14000 посетителей в год и получает около 100000 евро в год. Большая часть этой суммы тратится на развитие идеи и популяризацию своего турпродукта.

Достойна особого внимания и «Деревня хоббитов», основанная в 2005 году и вдохновленная творчеством Толкина. Эта локальная инициатива объединяет около 250 жителей окрестных деревень. Здесь создано общественное объединение, разработаны различные по продолжительности и по затратности сценарии и программы для гостей. В обслуживании участников программ иногда занято до 50 местных жителей в своеобразных ролевых играх, которые могут быть нацелены на взрослых и детей.

Средний годовой доход «Деревни хоббитов» составляет 85000 евро. Здесь принимают 10000 - 13000 туристов в год. Помимо заработанных денег деревня развивается за счет инвесторов, различных польских фондов и программ Евросоюза.

В качестве примеров некоммерческих организаций сельского туризма локального уровня в Беларуси стоит упомянуть различные зеленые маршруты, кластеры, кооперативы, фонды и т.п. Они, как правило, называются в соответствии с локальным туристическим маршрутом - «Воложинские гостинцы», «Велесау шлях», «Мухавецка кумора» и т.д.

«Воложинские гостинцы» — это пример долгосрочного сотрудничества сельских жителей района и их партнеров, которые развивали туристические маршруты разных тематических направленностей за счет местных инвестиций, донорских программ и поддержки местных властей. Рисунок демонстрирует творческое разнообразие этого туристического продукта, где сочетаются и отдых в усадьбах, и веломаршруты, и экотропы, и ремесла, и фольклор, и фермерство, и различные праздники. Именно в

этом районе многие услуги адаптированы для нужд людей с особенностями.



Туристический кластер «Воложинские гостинцы»

Особенности локальных инициатив состоят в том, что они могут развиваться за счет самофинансирования, при этом деятельность и вклад участников очевидны, а цель у всех одна – развитие местных территорий, местных сообществ, привлечение туристов и развитие национального самосознания. Именно это обуславливает их успех.

В заключении хочется обобщить сказанное и подчеркнуть, что некоммерческие организации в сфере сельского развития являются наиболее эффективными инструментами его развития на всех уровнях. 1. Они помогают соединять людей, занимающихся схожим бизнесом, и придают небывалое ускорение процессу развития.

2. Эти организации обладают способностью к саморегулированию. Они разрабатывают стандарты, контролируют качество своих услуг, обучают, привносят новые идеи, привлекают туристов и формируют позитивное общественное мнение.

3. Эти организации являются проводниками инноваций и лучших практик. Они - источник коллабораций, сотрудничества и обмена опытом.

4. Эти модели работают на всех уровнях не зависимо от размера дестинации и состава участников.

5. Высшая форма некоммерческих объединений - глобальная, которая основывается на девизе «Думай глобально - действуй локально!» и отвечает принципам «глокальной экономики» (соединению двух понятий «глобальный» и «локальный»). Эти принципы реализуются на разных континентах. Организация создана недавно и называется Глобальная сеть агротуризма – Global Agritourism Network.

Библиографические ссылки

1. *Слокум С.Л., Клицунова В.А.* Развитие туризма в постсоветских странах. Пэлгрейв Макмиллан. 2020. 218 с.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь (Белстат). Туризм и туристские ресурсы в Республике Беларусь, статистический сборник, Минск, Беларусь. 2022
3. *Пайн, Дж. И Гилмор, Дж. Х.* Добро пожаловать в экономику впечатлений. 1998. URL: <https://hbr.com/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> (дата обращения: 16.11.2023).

ВНЕДРЕНИЕ КРЕАТИВНЫХ ПОДХОДОВ В АГРОТУРИЗМ: КЕЙС АГРОУСАДЬБЫ «ОЛЬХОВО»

**В. А. Клицунова¹⁾, М. А. Богдевич²⁾, П. А. Клепча³⁾, В. В. Петров-
ская⁴⁾, М. И. Радюк⁵⁾, А. С. Ратникова⁶⁾**

*¹⁻⁶⁾ Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь,
masharadyuk04@gmail.com*

Выявлены основные тенденции внедрения креативных подходов в агротуризм. Рассмотрена роль креативности в привлечении и удержании туристов, разработан квест, который может быть успешно внедрён в агротуристическую деятельность. Проанализированы основные преимущества и вызовы, связанные с использованием креативных подходов, с которыми может столкнуться агроусадьба при внедрении квеста.

Ключевые слова: агротуризм; агроусадьба; креативный подход; квест; проблемы; перспективы.

THE INTRODUCTION OF CREATIVE APPROACHES TO AGROTOURISM: THE CASE OF THE FARMSTEAD «OLKHOVO»

V. A. Klitsounova¹⁾, M. A. Bogdevich²⁾, P. A. Klepcha³⁾, V. V. Petrovskaya⁴⁾, M. I. Radyuk⁵⁾, A. S. Ratnikova⁶⁾

*¹⁻⁶⁾ Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, masharadyuk04@gmail.com*

The main trends in the introduction of creative approaches in agrotourism have been identified. The role of creativity in attracting and retaining tourists is considered, a quest has been developed that can be successfully implemented in agrotouristic activities. The main advantages and challenges associated with the use of creative approaches that an agricultural estate may face when implementing a quest are analyzed.

Keywords: agrotourism; farmstead; creative approach; quest; challenges; prospects.

Развитие туристической индустрии во всем мире требует новых решений. Инновации необходимы для оживления процесса проведения экскурсий, поэтому в условиях постоянного развития рынка, истощения ресурсов и растущей конкуренции важно обладать эрудицией, изобретательностью, творческим мышлением и научными знаниями, учитывать роль технических, технологических и управленческих инноваций, чтобы поддерживать стабильный спрос на туристические продукты и иметь преимущества в конкурентной борьбе.

Активное развитие агротуризма в Республике Беларусь началось с принятием Указа №372 в июне 2006 года. У жителей сельской местности, которые ведут личное подсобное хозяйство, и фермеров появилась возможность начать собственный бизнес в направлении агротуризма.

За последние 10 лет развития сектора агротуризма Республики Беларусь прослеживается бурный рост количества агроусадеб (таблица).

Динамика создания агроусадеб

Область	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Брестская	253	296	346	343	368	388	423	434	462	429
Витебская	449	502	605	606	609	601	647	670	732	699
Гомельская	289	228	196	180	161	156	171	182	206	188
Гродненская	246	281	303	324	327	356	399	433	455	447
Минская	482	541	597	639	662	763	891	972	1054	1056
Могилевская	162	189	216	187	192	209	229	245	245	224
Всего	1881	2037	2263	2279	2317	2473	2760	2936	3150	3043

Составлено по: [4].

Появилось более 3000 агроусадеб. Высокие показатели имеет Гродненская область. За период 2013-2022 гг. число агроусадеб в данной области страны выросло на 82%.

В последнее время в развитии агроусадеб делается акцент на креативных подходах, чтобы сделать продукт более привлекательным для туристов. В рамках курса по экотуризму на Факультета международных отношений БГУ возникла идея применить теоретические знания на практике по концепции «learning by doing» и реализовать креативный проект для усадьбы на территории Республики Беларусь. В итоге возникло сотрудничество с агроусадьбой «Ольхово», находящейся в Гродненской области. Основной задачей являлось повышение конкурентоспособности агроусадьбы с помощью разработки квеста по её территории.

Усадьба «Ольхово» находится в Волковысском районе Гродненской области. Сама усадьба имеет небольшую площадь, гостевой домик с 10 спальными местами, санузелом и кухней. В комнатах присутствуют предметы интерьера, отражающие белорусскую культуру, а в гостиной висят многочисленные дипломы и награды, полученные на различных конкурсах, что доказывает качество предоставляемых усадьбой услуг и ее признание. Неподалеку от гостевого домика находится «Дом пекаря», где хозяева усадьбы проводят мастер-классы по выпечке хлеба, изготовлению масла и другие. На территории усадьбы также есть птичник с павлинами. Усадьба находится в живописном месте, недалеко от «Белорусских Мальдив», что повышает ее привлекательность в глазах посетителей [1].

Усадьба «Ольхово» обладает большим количеством интересных туристических аттракций, однако для привлечения большего количества туристов ей необходимо использовать современные методы развлечения.

Одним из примеров таких методов могут служить квесты [3]. Именно поэтому целью исследования была разработка квеста для детей, который может быть использован в ходе экскурсионной программы. Современных детей заинтересовать становится труднее, поэтому необходимо использовать креативные подходы при составлении развлекательных программ. Квесты в таком случае являются отличной современной возможностью повысить интерес детей к стандартным, классическим экскурсиям [2].

Хозяева усадьбы обратились с просьбой о разработке квеста. До посещения усадьбы были некоторые конкретные наработки и идеи. Поэтому, оказавшись на местности, была предоставлена возможность подробнее изучить локации, после чего была выбрана наиболее подходящая из идей. Находясь на территории усадьбы был составлен маршрут квеста и доработана концепция, прописаны конкретные персонажи.

Был разработан квест для детей школьного возраста в усадьбе Ольхово. Основной идеей квеста является поиск маслобойки, в котором будут задействованы Ясь Ольховский (хозяин усадьбы), соседка (помощница хозяина усадьбы) и организованная группа детей школьного возраста.

Детектив – Ясь Ольховский – близкий родственник Шерлока Холмса из Беларуси, который живет в деревне неподалеку и хочет получить аккредитацию детектива, с чем ему будут помогать дети.

Квест берет начало у порога агроусадьбы «Ольхово». Ясь Ольховский рассказывает о загадочной утере маслобойки. Детям будут выдана папка с документами, с указанием подозреваемых и задание, в ходе которого участники квеста должны получить аккредитацию детективов совместно с Ясем Ольховским.

После получения документов, дети вместе с Ясем направляются к месту преступления – кладовка, где дети находят следы муки, дающие понять, что далее необходимо следовать к дому пекаря.

Следующая локация – дом пекаря. Придя в дом, они не находят пекаря, но замечают женщину. Подойдя к ней, они узнают, что она видела пекаря, но она не собирается просто так делиться информацией. Для этого участники квеста должны разгадать загадки свидетельницы. После успешного прохождения испытания женщина поведала о том, что видела пекаря, кормящего павлинов.

Затем участники направляются на следующую локацию – клетка с павлинами, на сетке которой висит кроссворд. В ходе решения задания необходимо собрать определяющее слово – фотозона, указывающее на очередную локацию.

На фотозоне дети находят разорванное изображение колодца, собирают его и направляются к колодцу, где находят ключ от амбара.

Участники квеста приходят в амбар и находят бусы. Так как в списке подозреваемых только одна женщина (соседка), улика указывает на нее.

Заключительным этапом квеста является разговор Яся с соседкой и выяснения, по какой причине она украла маслобойку.

Мотивом для кражи соседкой является зависть по отношению к успеху проводимых усадьбой «Ольхово» мастер-классов. В итоге, соседка раскаивается, а хозяева агроусадьбы прощают соседку и предлагают ей быть частью мероприятий.

За успешно разгаданное дело участники квеста получают сертификаты о том, что являются аттестованными сыщиками.

Внедрение квестов на агроусадьбах может иметь несколько перспективных аспектов.

Квесты могут привлечь больше посетителей на агроусадьбы, предоставляя им увлекательные и интерактивные возможности. Туристы смогут погрузиться в атмосферу сельской жизни, принять участие в различных заданиях, связанных с местными традициями.

Квесты на агроусадьбах могут стать прекрасным инструментом для образования и просвещения. Посетители смогут получить практические знания о сельском хозяйстве, экологии, устойчивом развитии и других связанных темах. Квесты могут быть спроектированы таким образом, чтобы стимулировать интерес к агротуризму и возможно вдохновить некоторых участников на карьеру в этой области.

Квесты могут добавить элементы развлечения и веселья на агроусадьбах. Участники могут пройти различные испытания, решать головоломки, искать скрытые предметы или выполнять задания в команде. Это может создать эмоционально насыщенный опыт и помочь участникам создать положительные воспоминания о посещении агроусадьбы.

Внедрение квестов на агроусадьбах может позволить расширить предлагаемые услуги и диверсифицировать бизнес. Квесты могут стать дополнительной активностью, которая будет привлекать посетителей, особенно среди семей с детьми и групповых туристических поездок.

Однако при внедрении квестов на агроусадьбах следует учесть несколько факторов, включая создание интересных сюжетов и заданий, обеспечение безопасности участников, а также планирование логистических аспектов для эффективного проведения квестов.

Внедрение квестов на агроусадьбах в Республике Беларусь представляет собой перспективное направление, но требует решения ряда проблем.

Первой проблемой внедрения квеста в агроусадьбу «Ольхово» является различная целевая аудитория. Несмотря на то, что квест задуман на

детей школьного возраста, нельзя считать, что все школьники одинаковые. Существует огромная разница между детьми шестого и десятого класса. Необходимо протестировать квест, чтобы понять, насколько персонаж Яся Ольховского понятен разным группам школьников и адаптировать его исходя из предпочтений детей разных возрастов.

Второй и основной проблемой внедрения квеста в агроусадьбу «Ольхово» является законодательство. Проведение квеста в традиционном его понимании по закону является культурно-зрелищным мероприятием, а организация культурно-зрелищных мероприятий, в свою очередь, согласно постановлению Совета Министров Республики, Беларусь от 22.06.2022 № 401 «О реестре организаторов культурно-зрелищных мероприятий» с 01.08.2022, может осуществляться только лицами, включенными в данный реестр. В реестр могут попасть только юридические лица и индивидуальные предприниматели, а владелец агроусадьбы «Ольхово» является физическим лицом. В соответствии со статьей 213-1 Кодекса Республики Беларусь о культуре, организация и проведение культурно-зрелищных мероприятий организаторами культурно-зрелищных мероприятий, подлежащих включению в реестр, но не включенных в него, запрещена [5, 6]. Составляющей культурно-массовых мероприятий можно считать анимацию в виде переодевания в костюмы персонажей, рассказ стихов, прослушивание музыки и прочее. Это значит, что в квест нельзя включить тематическую составляющую, иначе это будет считаться незаконной предпринимательской деятельностью.

Изначально, при попытке внедрения квеста в агроусадьбу «Ольхово», были предусмотрены различные варианты квестов с участием персонажей зарубежья, адаптированных под белорусскую культуру, и героев белорусской мифологии. Тем не менее, данная задумка не может быть реализована в текущих условиях.

На момент ноября 2023 года не ясно, какие еще тематические аспекты, внедренные в квест, нарушают законодательство, и как необходимо сделать квест так, чтобы не нарушить закон и удовлетворить туристов, приезжающих в агроусадьбу «Ольхово».

Таким образом, изучение перспектив и проблем внедрения квестов на агроусадьбах представляет важную задачу для развития туристической отрасли в Республике Беларусь. Внедрение креативных подходов в агротуризм способствует сохранению культурного наследия и традиций, а также созданию новых рабочих мест. Такой подход способствует повышению уровня доходов местных жителей, улучшению социальной инфраструктуры и общей благосостояния местности. Однако, для успешного внедрения креативных подходов в агротуризм необходима дальнейшая разработка стратегий, обучение и поддержка местных жителей, а также усиление сотрудничества между государственными органами, предпринимателями и общественными организациями.

Библиографические ссылки

1. Агроусадьба «Ольхово» [Электронный ресурс] // Официальный сайт агроусадьбы «Ольхово». URL: <https://olhovo.by/> (дата обращения: 16.11.2023).
2. *Курило Л. В.* Теория и практика туристской анимации в 2 т: Т.1. Теоретические основы туристской анимации. М.: Советский спорт, 2006. 180 с.
3. Официальный сайт Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: http://www.belarus.by/ru/press-center/pressrelease/kvestekskursiju-dlja-velosipedistovrazrabotali-v-arheologicheskommuzeeberestje_i_0000025068.html (дата обращения: 16.11.2023).
4. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2023 [Электронный ресурс]. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_brochures/index_76579/ (дата обращения: 19.12.2023).
5. Физическое лицо как субъект агроэкотуризма [Электронный ресурс] // Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь. URL: https://nalog.gov.by/individuals/taxation_not_require_registration_as_entrepreneur/agroecotourism_service/9960/ (дата обращения: 16.11.2023).
6. Экономический суд Витебской области привлек юридическое лицо к административной ответственности за нарушение Кодекса Республики Беларусь о культуре [Электронный ресурс] // Верховный суд Республики Беларуси. URL: https://court.gov.by/ru/ekonomicheskij/sud/vitebskoj/oblasti/press_sluzhba/soobscheniya/press_sluzhbi/ (дата обращения: 16.11.2023).

РОЛЬ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РАЗВИТИИ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

В. А. Клицунова¹⁾, Д. П. Приходько²⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, lera.greenbelarus@gmail.com

²⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, d.prykhodzka@mail.ru

Эта статья посвящена образованию в сфере сельского туризма и особой роли, которую играют в этом процессе некоммерческие организации. Большинство людей в этой отрасли имеют разный опыт, уровень способностей и требуют особого подхода в непрерывном образовании. Для развития сельского туризма мы создали некоммерческую организацию – Белорусское общественное объединение (БОО) «Отдых в деревне», которое объединило людей, пролоббировало их интересы и создало индивидуальные образовательные программы непрерывного обучения с возможностью практического применения. Кроме того, мы помогаем налаживать партнерство с университетами, колледжами, экспертами и поставщиками услуг в сфере сельского туризма. Эта статья основана на опыте нашего БОО «Отдых в деревне».

Ключевые слова: некоммерческие организации; обучение на протяжении всей жизни (непрерывное образование); сельский туризм; «мышление, направленное на развитие (growth mindset)»; устойчивое развитие; экономика впечатлений; креативная экономика.

THE ROLE OF NON-GOVERNMENTAL ORGANISATIONS IN THE DEVELOPMENT OF LIFELONG LEARNING IN RURAL TOURISM

V. A. Klitsounova¹⁾, D. P. Prikhodko²⁾

¹⁾Belarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, lera.greenbelarus@gmail.com

²⁾Belarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, d.prykhodzka@mail.ru

This article dedicated to education in sphere of rural tourism and the special role played by non-governmental organisations in this process. Most people in this industry have different background, talents, level of education and require special «growth mindset» approach in continuing education. We created Belarusian Association of Rural Tourism «Country Escape» (BACE) for rural tourism development, which united them, lobbied their interests, and created tailor-made educational lifelong learning programs with hands on opportunities. In addition, we help to set up partnership with universities, colleges, experts and rural tourism providers. This article is based on the experience of BACE.

Keywords: non-governmental organisations; lifelong learning; rural tourism; «growth mindset»; sustainable development; experience economy; creative economy.

Сельский туризм - это довольно уникальный вид туризма, который включает в себя два основных компонента: производство (фермерство, сельское хозяйство, переработка продуктов питания, ремесла и т. д.) и гостеприимство. Большинство людей этой профессии приходят в эту отрасль из производственной сферы и не очень хорошо знакомы с сервисом и гостеприимством. Очень часто это вторая или третья профессия для них. Получить необходимые знания и навыки через традиционное образование в этой сфере непросто. Людям не нужно новое полноценное высшее образование, которое требует слишком много времени. Помимо этого, экономическая и социальная среда сегодня меняются очень быстро, и уследить за новыми тенденциями в продвижении, формировании продукта, мотивацией поведения различных сегментов туристов, новыми требованиями и т. д. без поддержки экспертов и хорошего вдохновляющего примера практически невозможно.

В этой ситуации хорошим решением может стать непрерывное образование, обучение в течение всей жизни сельских жителей. При этом, неправительственные организации сельского туризма могут сыграть решающую роль в данном процессе.

Особая роль образования в туризме была подчеркнута на 25-м съезде Генеральной Ассамблеи Всемирной туристской организации (ЮНВТО) в Самарканде в ноябре 2023 года. Это стало главной темой этого масштабного мероприятия, на которое съехались представители 159 стран. В ходе мероприятия эксперты много говорили и уделяли внимание непрерывному обучению («lifelong learning») и профессиональному образованию, необходимости введения предмета «туризм» в школьную программу и предоставления различных возможностей практического обучения для людей из индустрии туризма.

Как правило, процесс развития сельского туризма начинается по принципу «снизу-вверх». Сельские жители и местные производители объединяются в сеть и создают некоммерческую организацию (НКО). Сначала неформальную, а затем формализуют ее проводят регистрацию. После этого они начинают работать вместе, лоббируя свои интересы, разрабатывая определенные стандарты и схемы сертификации, проводя образовательные мероприятия, продвигая свой туристический продукт, выстраивая государственно-частное партнерство с различными заинтересованными сторонами.

Неправительственные организации могут действовать на разных уровнях – глобальном, международном, национальном, региональном,

местном. У них разные задачи, цели и разный статус. 11 апреля 2023 года была создана организация самого высокого статуса - Глобальная сеть агротуризма (GAN) (<https://agritourism.eurac.edu/gan/>). Одна из ее основных задач – обобщать опыт и знания различных заинтересованных сторон со всех континентов в сфере сельского туризма и предоставлять доступ к образовательным вебинарам, экспертам, программам и поставщикам услуг сельского туризма.

Люди, которые начинают этот вид бизнеса, уже имеют образование, полученное в университете или колледже и определенный опыт работы. Обычно в сельской местности, где они проживают, нет колледжей или университетов со специализацией «сельский туризм», а у людей просто нет времени на получение обычного образования вдали от дома. Поэтому альтернативное обучение в течение всей жизни, рекомендованное НКО, - лучшее решение для них.

У одного из авторов статьи (В. А. Клицуновой) довольно богатый опыт в области непрерывного образования, который хотелось бы осветить в этой статье. На протяжении многих лет работы в данной сфере у нее была возможность взглянуть на этот процесс с разных сторон.

Работа в Белорусском государственном университете (БГУ) на протяжении почти 23 лет позволила найти инновационные идеи, такие как экономика впечатлений, креативность и понять современные тенденции в туризме – принципы устойчивого туризма, «экологизацию» клиентов и цифровизацию. Будучи доцентом факультета международных отношений кафедры международного туризма БГУ, автор инициировал новую специализацию – «Менеджмент в сфере агро- и экологического туризма». Было принято решение соединить традиционное образование и практику - студентов и поставщиков услуг сельского туризма.

Более 10 лет работы автора (В. А. Клицуновой) в качестве директора экскурсионных программ частного Музейного комплекса старинных народных ремесел и технологий «Дудутки» помогло понять необходимость особого обучения гидов-экскурсоводов и разработки инновационных интерпретационных программ. 15-летний опыт работы в туристическом агентстве «Дудутки-Тур» в должности директора позволил осознать потребности туристов, их мотивацию и удовлетворенность.

В 2003 году было принято решение создать некоммерческую организацию – Белорусское общественное объединение (БОО) «Отдых в деревне», целью которого было развитие экономической и социальной активности сельского населения через туризм. Существование организации на протяжении более 20 лет и работа автора (В. А. Клицуновой) в качестве Председателя правления предоставило возможность совместной работы и

сотрудничества с поставщиками услуга сельского туризма в Беларуси, заслужить их доверие и понять отрасль изнутри. Ниже представлена краткая информация о деятельности БОО «Отдых в деревне»:

- 500 членов;
- 40 международных проектов;
- 1000 семинаров, тренингов, вебинаров;
- 10 туристических кластеров;
- 16 международных конференций по агротуризму;
- 10 зеленых маршрутов типа «greenways»;
- 100 учебных и рекламных материалов.

Деятельность в третьем секторе экономики дала возможность познакомиться с выдающимися зарубежными коллегами и увидеть лучшие практики по всему миру. В ходе нашей работы в рамках БОО «Отдых в деревне» мы разработали инновационный продукт «Лаборатория сельского туризма», который предлагается провайдером сельского туризма в качестве образовательной программы.

Мы разработали три типа программ:

- для начинающих;
- для продвинутых;
- специальные программы по интересам.

Кроме того, мы разработали специальные сертификаты, которые вручались после успешного участия в наших семинарах. Мы реализовали множество проектов, которые поддерживались и финансировались нашими донорами (EU, USAID, American Embassy, Ministries of EU countries и т. д.). После нескольких лет нашей деятельности мы установили партнерские отношения с Белагропромбанком, ведущим банком в сельской местности. Банк предоставлял нам помещения для обучения и проживания. Около 50 % всех поставщиков услуг сельского туризма в Беларуси были участниками нашей образовательной программы в течение 20 лет и стали успешными бизнесменами.

С самого начала мы внедрили в нашу образовательную стратегию инновационный подход Carol Dweck «growth mindset» (с англ. – *«мышление, направленное на развитие»*).

БОО «Отдых в деревне» работало с людьми с разным жизненным опытом, имеющими различные способности и образование. Самым важным было дать им инструмент, показать лучшие примеры, кейсы и вдохновить их на развитие нового бизнеса на принципах устойчивого развития, адаптируясь к быстро изменяющейся среде. Наша команда помогала им преодолевать трудности, стремиться постоянно учиться и всегда видеть потенциал для развития новых навыков. Критическое мышление было нашим основным подходом, а создание незабываемых впечатлений

для туристов – главной целью обучения. Далее в ходе статьи представлены различные инструменты, которые использовались для реализации многих идей, основанных на походе «мышление, направленное на развитие».

Были приглашены лучшие белорусские и зарубежные эксперты в различных областях – устойчивое развитие, интерпретация наследия, стандарты гостеприимства, продвижение, социальные сети, белорусская кухня, дизайн, фермерство, нетворкинг, кластеры, зеленые маршруты, экономика впечатлений, креативность и маркетинг.

Один из лучших способов привлечь и вдохновить провайдеров сельского туризма на участие в образовательных мероприятиях – пригласить в качестве экспертов самых опытных и успешных практиков. Они знают все практические нюансы этого бизнеса и готовы ими поделиться. Их знания всегда подталкивают людей к сотрудничеству и созданию общего туристического продукта. Гораздо эффективнее дополнять друг друга, чем напрямую конкурировать с партнерами. Были представлены новые модели регионального развития, такие как зеленые маршруты, туристические кластеры, местные фестивали, кулинарные маршруты и т. д.

Один из эффективных инструментов «мышления, направленного на развитие» и нестандартного обучения – образовательные туры. Сперва мы отправлялись в поездки в зарубежные страны, а через пять лет поняли, что визиты к местным коллегам могут быть еще интереснее и эффективнее. Это было похоже на живую образовательную лабораторию. Очень часто снимались видеоматериалы о наших образовательных поездках и показывались нашим слушателям.

Следующий кейс представляет инновационный подход в традиционном образовании, когда учебная программа университета связывается с практиками сельского туризма. В 2015 году на факультете международных отношений БГУ был создан филиал кафедры международного туризма на базе БОО «Отдых в деревне». Вовлечение студентов в наши проекты, вебинары и семинары было нашей основным приоритетом. Продукты сельского туризма должны постоянно обновляться и соответствовать современным тенденциям и технологиям. Когда идеи привносятся молодежью, яркими студентами, это возможно. Ниже представлен краткий список успешных кейсов нашей деятельности:

- популярный квест, основанный на местных традициях, для одной из усадеб «Ольхово» (Волковысский район, Гродненская область);
- тематический маршрут «Белорусский хлеб»;
- Фестиваль белорусской кухни и местных ремесел «Мотальскія прысмакі»

- региональные стратегии развития сельского туризма для нескольких районов Беларуси;
- короткие видеоролики и ролики типа Reels для социальных сетей (Instagram, Facebook, TikTok);
- студенческое турагентство сельского туризма «Гасцінія», которое было создано совсем недавно (<https://gastinia.by/>).

Во времена COVID-19 мы создали своего рода собственное телевидение с регулярной программой несколько раз в неделю (вебинары с экспертами, виртуальные тематические образовательные туры, регулярные интервью с представителями организаций государственного управления, неформальные встречи «кофе-брейк», на которых обсуждались новые идеи и проблемы. Кроме того, каждую неделю проводились онлайн-встречи с новыми фермерскими хозяйствами и агроусадьбами, что помогало их продвинуть и получить обратную связь от более опытных коллег. Команда БОО «Отдых в деревне» всегда старалась поддерживать своих членов, сохранять командный дух, давать людям новые идеи и вдохновение.

Организовывались различные конкурсы и стартапы для поставщиков услуг сельского туризма. Они разрабатывали и представляли свои проекты, которые демонстрировали, насколько эффективным может быть обучение в процессе работы «learning by doing».

На данный момент в Беларуси работает очень мало НКО в связи с политической и экономической ситуацией. В настоящий момент мы находимся в поисках новых форм сотрудничества в сфере образования, потому что сегодня практически не существует таких организаций, которые бы поддерживали процесс обучения людей на постоянной основе. Мы рассматриваем модель «extension university» (с англ. – *модель «расширенных университетов»*) как хороший и вдохновляющий пример зарубежной практики. Помимо этого, мы нуждаемся в детальном анализе и постоянном исследовании процессов развития сельского туризма. Мы стремимся соединить экспертов, студентов и поставщиков услуг сельского туризма, сделав этот процесс взаимовыгодным.

Заключение

- Обучение в течение всей жизни («lifelong learning») - это очень гибкий и эффективный способ получения образования, который помогает разрабатывать индивидуальные программы и находить новые творческие пути получения знаний, навыков и новых идей в сфере сельского туризма.
- «Мышление, направленное на развитие» («growth mindset») - это лучшая модель для неформального и нестандартного образования.
- Неправительственные организации в сфере сельского туризма играют ключевую роль в организации и модерировании этого образовательного процесса.

- Они разрабатывают образовательные программы, налаживают партнерские отношения в этой сфере с университетами, колледжами, экспертами, поставщиками услуг сельского туризма и т.д.
- Они находят финансовую поддержку для этой деятельности, особенно на начальном этапе, работая с донорами и спонсорами.
- Они привносят лучший международный опыт, инновационные и креативные идеи, предоставляют экспертные знания и консультации.
- Они помогают наладить партнерские отношения с другими подобными организациями – глобальными, международными, национальными и местными.

Библиографические ссылки

1. *Slocum, S. L.* Tourism Development in Post-Soviet Nations: From Communism to Capitalism (Eds.). Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2020. 218 p.
2. *Klitsounova V. A.* Twenty years of Rural Tourism in Belarus: Main Stages and Tendencies. Proceedings of the 2022 International Workshop on Agritourism organized by University of Vermont Extension in Burlington, Vermont, USA, August 30 – September 1, 2022. pp. 102–106. URL: <https://extensiontourism.net/wp-content/uploads/2022-iwa-proceedings.pdf>. (дата обращения: 21.08.2023).
3. *Weise, M. R.* Long Life Learning: Preparing for Jobs That Don't Even Exist Yet. Hoboken, NJ :Wiley, 2021. 272 p.
4. *Dweck, C. S.* Mindset: The New Psychology of Success. New York : Ballantine Books, 2007. 320 p.

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ВЕДЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОКАЗАНИЮ УСЛУГ В СФЕРЕ АГРОЭКОТУРИЗМА

А. И. Кречетов

*Департамент по туризму Министерства спорта и туризма,
ул. Кирова, 8/2, 220030, Минск, Республика Беларусь, tour_yurist@mst.gov.by*

Эта статья раскрывает особенности агроэкотуризма как вида туризма и отдыха в Беларуси, а также правовые основы осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма.

Ключевые слова: агроэкотуризм; агроэкотуристы; мастер-класс; народные традиции.

LAW REGULATION OF ACTIVITY ON AGROECOTOURISM SERVICES

A. I. Krechetov

Tourism Department of the Ministry of sports and tourism of the Republic of Belarus, Kirova st. 8/2, 220030, Minsk, Belarus, tour_yurist@mst.gov.by

The article reveals the features of agroecotourism as a kind of tourism and leisure in Belarus and law regulation of activity on agroecotourism services.

Keywords: agroecotourism; agroecotourists; masterclass; folk traditions.

В соответствии с Конституцией Республики Беларусь [1] каждому гарантировано право на отдых, что также заключается в выборе способа его организации.

Достаточно распространенным видом отдыха является туризм, поскольку это всегда возможность увидеть и познать что-то новое, проникнуться идеями, традициями и обычаями другой местности или даже страны, расширить свой кругозор и наполниться незабываемыми впечатлениями.

В последнее время набирает популярность агроэкотуризм как вид отдыха в сельской местности, поскольку он имеет своей целью не только собственно отдых на фоне природы вдали от города, но и ознакомление агроэкотуристов с природным, сельскохозяйственным и культурным потенциалом республики, национальными традициями в процессе отдыха, оздоровления, временного пребывания в агроэкоусадах.

Агроэкотуризм в последний период также приобретает все большее значение в условиях изменяющихся потребительских предпочтений, а также стремительного развития внутреннего туризма и международного въездного туризма. В Беларуси долгий период существует культура отдыха в сельской местности, чему способствуют развитие села, сохранение на селе народных традиций и любовь граждан к родной земле [8, с.144].

Следует отметить, что начало агроэкотуризму как виду туризма и виду туристических путешествий было положено еще в 2006 г. с момента издания Указа Президента Республики Беларусь № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» [4].

В процессе отдыха в сельской местности агроэкотуристы получают уникальную возможность ознакомиться с народными традициями и сельским бытом. Национальный колорит начинает проявляться уже с первых минут пребывания в сельской местности на фоне различных природных, сельскохозяйственных и архитектурных объектов, с которыми агроэкотуристы могут ознакомиться в период своего отдыха [8, с.13].

Помимо этого, национальный колорит и традиции находят отражение в особенностях приема гостей, приготовления и подачи национальной пищи, организации фестивалей, презентаций, юбилеев, банкетов, а также проведения различного рода мастер-классов.

Так, например, агроэкотуристам предоставляется уникальная возможность поучаствовать в мастер-классах по приготовлению блюд национальной кухни, по различным рецептам выпечки хлеба, по шитью, вышивке, валянию из овечьей шерсти, выполнению панно в технике аппликации соломкой, пчелотерапии и многим другим практическим навыкам [8, с.13].

Для любителей животных на агроэкоусадьбах также могут предоставляться услуги по катанию на животных и гужевом транспорте [8, с.13].

В настоящее время правовые основы развития агроэкотуризма составляют такие законодательные акты, как:

Конституция Республики Беларусь;

Гражданский кодекс Республики Беларусь [2], определивший общие правовые основы для установления, регулирования и прекращения правоотношений, связанных с оказанием услуг, а также основы для работы физических лиц и сельскохозяйственных организаций в качестве субъектов агроэкотуризма;

Закон Республики Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 129-З «О туризме» [3], согласно статье 5 которого в Республике Беларусь действует Единая классификация видов туризма, и агроэкотуризм является одним из тех видов туризма, включенную в данную Единую классификацию;

Указ Президента Республики Беларусь от 4 октября 2022 г. № 351 «О развитии агроэкотуризма» [5] – ключевой законодательный акт, регулирующий вопросы агроэкотуризма.

Так, под агроэкотуризмом понимается туристическое путешествие в целях ознакомления с природным, сельскохозяйственным и культурным потенциалом Республики Беларусь, ее регионов, местностей, национальными традициями в процессе отдыха, оздоровления, временного пребывания в агроэкоусадебках, а также деятельность физических лиц и сельскохозяйственных организаций, указанных в части первой пункта 1 Указа Президента Республики Беларусь от 4 октября 2022 г. № 351 «О развитии агроэкотуризма», по организации этого туристического путешествия, предусмотренная пунктом 1 приложения 1 к Указу Президента Республики Беларусь от 4 октября 2022 г. № 351 [7].

Частью первой пункта 1 Указа Президента Республики Беларусь № 351 установлено, что деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма вправе осуществлять:

физические лица, производящие и (или) перерабатывающие сельскохозяйственную продукцию на земельных участках, предоставленных в сельской местности, малых городских поселениях для строительства и (или) обслуживания многоквартирного или блокированного жилого дома, в том числе квартиры в блокированном жилом доме (далее – жилой дом), либо ведения личного подсобного хозяйства;

сельскохозяйственные организации на земельных участках, предоставленных для строительства и (или) обслуживания жилого дома либо ведения сельского хозяйства.

В числе важных аспектов осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма также являются:

1) населенные пункты (территория), где допускается осуществление такой деятельности:

сельская местность, под которой согласно пункту 7 приложения 1 к Указу Президента Республики Беларусь № 351 понимается территория, входящая

в пространственные пределы сельсоветов, за исключением территорий поселков городского типа и городов районного подчинения;

малые городские поселения, под которыми согласно пункту 4 приложения 1 к Указу Президента Республики Беларусь № 351 понимаются поселки городского типа, города районного подчинения с численностью населения до 20 тысяч человек;

2) земельные участки, предоставленные субъектам агроэкотуризма.

Земельные отношения осуществляются на основе принципов использования земельных участков по целевому назначению. В свою очередь,

под целевым назначением земельного участка понимаются установленные решением об изъятии и предоставлении земельного участка порядок, условия и ограничения использования земельного участка для конкретных целей [10].

Применительно к осуществлению деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма определены следующие целевые назначения земельных участков:

- физических лиц – для строительства и (или) обслуживания жилого дома либо ведения личного подсобного хозяйства;
- сельскохозяйственных организаций – для строительства и (или) обслуживания жилого дома либо ведения сельского хозяйства.

Одновременно Указ Президента Республики Беларусь № 351 позволяет привлекать физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам [5, 10], что дает возможность для создания новых рабочих мест и занятости местного населения.

Условия, при которых допускается осуществление данной деятельности, определены в пункте 4 названного Указа:

а) наличие жилого дома, общее количество жилых комнат в котором не превышает десяти (включая комнаты в гостевыхдомиках), на праве собственности у сельскохозяйственной организации, субъекта агроэкотуризма – физлица и (или) члена (членов) его семьи, а также согласие собственника (собственников) жилого дома на использование этого жилого дома для осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма;

б) наличие у сельскохозяйственной организации, субъекта агроэкотуризма – физического лица и (или) члена (членов) его семьи на праве собственности, аренды, пожизненного наследуемого владения, постоянного или временного пользования земельного участка в пределах одного района, соответствующего целевым назначениям, установленным в части первой пункта 1 Указа Президента Республики Беларусь № 351.

в) осуществление субъектами агроэкотуризма деятельности по ведению личного подсобного хозяйства либо производству и (или) переработке сельскохозяйственной продукции.

г) наличие возможностей для ознакомления агроэкотуристов с природными, сельскохозяйственными и архитектурными объектами, национальными традициями соответствующей местности.

При этом деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма ведется на достаточно простых условиях – после прохождения соответствующих административных процедур, по итогам которых районным исполкомом выдается административное решение [4, 6]. Получению данного

решения предшествует подача заявления в районный исполком, после чего созывается районная комиссия [4, 6].

Районная комиссия осуществляет комплексную объективную оценку агроэкоусадыбы, в том числе с выездом в агроэкоусадыбу, и подготавливает письменное заключение по итогам данной оценки, которое является обязательным для принятия райисполкомом соответствующего решения [6].

Агроэкоусадыбы вправе осуществлять свою деятельность со дня принятия решения районного исполкома об осуществлении деятельности по оказанию таких услуг [6].

В процессе своей деятельности субъекты агроэкотуризма вправе оказывать любые услуги, которые предусмотрены в перечне, установленном в части первой пункта 5 Указа Президента Республики Беларусь № 351, с соблюдением их комплексного оказания и иных положений названного Указа [11].

Согласно части второй пункта 5 Указа Президента Республики Беларусь № 351 комплексное оказание услуг в сфере агроэкотуризма предполагает оказание таких услуг в комплексе не менее двух с обязательным наличием в указанном комплексе одной из следующих услуг:

- ознакомление с природными, сельскохозяйственными и архитектурными объектами, национальными традициями соответствующей местности;

- предоставление жилых комнат в агроэкоусадыбе для проживания;

- обеспечение питанием с использованием сельскохозяйственной продукции, произведенной и (или) переработанной на земельных участках, предоставленных субъектам агроэкотуризма.

В то же время для осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма также должны соблюдаться совокупные условия осуществления данной деятельности, предусмотренные в пункте 4 Указа № 351. Данные совокупные условия принимаются во внимание районной комиссией при проведении комплексной объективной оценки агроэкоусадыб в соответствии с Положением о порядке осуществления райисполкомами административной процедуры по принятию решения об осуществлении деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 9 декабря 2022 г. № 860 [6, 11].

Важно отметить, что субъекты агроэкотуризма оказывают услуги агроэкотуристам как напрямую, так и путем включения данных услуг в формируемые туроператорами туры. Для этих целей между туроператорами и субъектами агроэкотуризма заключаются соответствующие договоры, для которых действует типовая форма и в которых определены

права и обязанности сторон в части оказания услуг в сфере агроэкотуризма [4, 6].

Таким образом, для занятия деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма установлена достаточно разветвленная, точная нормативная правовая база, которой определены условия осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, перечень видов оказываемых услуг, а также порядок регистрации в качестве субъектов агроэкотуризма.

Библиографические ссылки

1. Конституция Республики Беларусь от 15 марта 1994 г. [Электронный ресурс]: Эталон-Онлайн – сайт правовой информации. URL: <https://etalonline.by/document/?regnum=V19402875> (дата обращения: 16.11.2023).

2. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. [Электронный ресурс]: Эталон-Онлайн – сайт правовой информации. URL: <https://etalonline.by/document/?regnum=НК9800218> (дата обращения: 16.11.2023).

3. Закон Республики Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 129-3 «О туризме» [Электронный ресурс]: Эталон-Онлайн – сайт правовой информации. URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12100129> (дата обращения: 16.11.2023).

4. Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» [Электронный ресурс]: Эталон-Онлайн – сайт правовой информации. URL: <https://etalonline.by/document/?regnum=p30600372> (дата обращения: 16.11.2023).

5. Указ Президента Республики Беларусь от 4 октября 2022 г. № 351 «О развитии агроэкотуризма» [Электронный ресурс]: Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь – сайт правовой информации. URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P32200351&p1=1> (дата обращения: 16.11.2023).

6. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 9 декабря 2022 г. № 860 «О реализации Указа Президента Республики Беларусь от 4 октября 2022 г. № 351» [Электронный ресурс]: Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь – сайт правовой информации. URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22200860&p1=1&p5=0> (дата обращения: 16.11.2023).

7. Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 7 августа 2023 г. № 36 «О ведении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь» [Электронный ресурс]: Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь – сайт правовой информации. URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W22340307> (дата обращения: 16.11.2023).

8. *Кречетов А.* Народные традиции в плоскости развития агроэкотуризма // Культурный код и креативные традиции – 2023: Материалы Международной научно-практической конференции. С. 12–16.

9. *Кречетов А.* Агроэкотуризм как вид отдыха в Беларуси // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции

и региональные контексты – 2023: материалы III Международной научно-практической конференции. С. 143–147.

10. *Кречетов А.* Комментарий к Указу от 04.10.2022 № 351 [Электронный ресурс]: КонсультантПлюс (дата обращения: 16.11.2023).

11. *Кречетов А.* Может ли субъект агроэкотуризма не оказывать те или иные услуги в сфере агроэкотуризма, а именно предоставление жилых комнат в агроэкотуристической усадьбе для проживания, ознакомление с природными, сельскохозяйственными и архитектурными объектами, национальными традициями соответствующей местности и обеспечение питанием с использованием сельскохозяйственной продукции, произведенной и (или) переработанной на земельных участках, предоставленных субъектам агроэкотуризма? [Электронный ресурс]: КонсультантПлюс (дата обращения: 16.11.2023).

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА В РЕГИОНАХ БЕЛАРУСИ (НА ПРИМЕРЕ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ)

П. И. Лайло¹⁾, Л. Н. Давыденко²⁾

¹⁾Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4 Минск, Республика Беларусь, 220030, polinalailo2003@mail.ru

²⁾Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4 Минск, Республика Беларусь, 220030, davidenko@tut.by

В статье раскрываются современные модели агротуризма в регионах Республики Беларусь. В ней проведен анализ текущего состояния агротуризма в Гродненской области. Рассмотрена организационная работа райисполкомов по изменению порядка налогообложения субъектов агротуризма на современном этапе.

Ключевые слова: сельский туризм; модели агротуризма; институциональная среда сельского туризма; Гродненская область Республики Беларусь.

MODERN MODELS OF AGROECOTOURISM DEVELOPMENT IN THE REGIONS OF BELARUS (USING THE EXAMPLE OF THE GRODNO REGION)

P. I. Lailo¹⁾, L. N. Davydenko²⁾

¹⁾ Belarusian State University, Nezavisimosti Ave., 4, Minsk, Republic of Belarus, 220030, polinalailo2003@mail.ru

²⁾ Belarusian State University, Nezavisimosti Ave., 4, Minsk, Republic of Belarus, 220030, davidenko@tut.by

The article reveals modern models of agroecotourism in the regions of the Republic of Belarus. It analyzes the current state of agroecotourism in the Grodno region. The organizational work of the district executive committees on changing the taxation procedure for agroecotourism subjects at the present stage is considered.

Keywords: rural tourism; agroecotourism models; institutional environment of rural tourism; Grodno region of the Republic of Belarus.

Современный сельский туризм представляет собой одну из наиболее важных составляющих внутреннего 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].

Установлено, что в Республике Беларусь на законодательном уровне закреплено понятие «агроэкотуризм», который является преобладающим сегментом сельского туризма. При этом действующая регламентация осуществления агроэкотуризма не позволяет в полной мере обеспечить развитие рынка сельского туризма в стране в силу ограничения состава представляющих его субъектов. Основными предпосылками развития сельского туризма в Беларуси являются: имеющийся геоэкономический потенциал, наличие социально-экономических диспропорций в развитии сельских территорий, существующий и недостаточно эффективно используемый рекреационный потенциал, богатое историко-культурное наследие, включая этнографическое, рыночные и инфраструктурные предпосылки, гостеприимство, открытость и коммуникабельность белоруссов.

Белорусские исследователи (Авдевич Н.Ф., Гайдукевич Л.М., Давыденко Л.Н., Лученок С.А., Кабушкин Н.И., Клицунова В.А., Соболев К.Н., Сиваграков А.В., Тарасёнок А.И. и др.) 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.

Вклад агроэкотуризма в сектор туризма Беларуси показал, что в структуре валовой добавленной стоимости туризма на него приходится порядка 2,0 %. При этом вклад в создание прямых (основных) рабочих мест в сфере туризма составляет 5,6 %, прямых и дополнительных рабочих мест – 4,6 %. В агроэкотуризме занято 0,44 % трудоспособного сельского населения [2, с. 9]. Данные значения демонстрируют, что вклад агроэкотуризма в социально-экономическое развитие республики является незначительным, вместе с тем имеет важное значение для развития сельских территорий.

На 1 января 2024 г. насчитывалось 1311 действующих субъектов агроэкотуризма, из них 213 - новые субъекты, появившиеся в 2023 г. (на 10 августа 2024 г. - 1332 субъекта). Агроэкоусадьбы посетили 450 415 человек, из них 431 233 человека (95,7 %) - граждане Республики Беларусь. Кроме того, услугами белорусских агроэкоусадоб воспользовались 19182 иностранных туриста из 43 государств, граждане Российской Федерации составили 75 % от общего количества иностранных туристов. Сумма оплаченных агроэкотуристами услуг составила 27,8 млн руб., а сумма налогов, уплаченных субъектами агроэкотуризма в бюджет, составила 1,25 млн руб. 398 субъектов агроэкотуризма получили решение о переводе на

уплату сбора за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма вместо уплаты налога на профессиональный доход (на 10 августа 2024 г. - 413 субъектов).

В Гродненской области динамично развивается агроэкотуризм. В регионе на данный момент функционируют 256 субъектов агроэкотуризма, которые расположены в различных живописных местах области. Они оформлены как в национальном белорусском стиле, так и в современном экостиле. С 1 июля 2023 года райисполкомами организована работа по изменению порядка налогообложения субъектов агроэкотуризма - по переходу с уплаты налога на профессиональный доход на уплату сбора за осуществление деятельности в сфере агроэкотуризма. Эта работа ведется с учетом соответствия агроэкоусадеб требованиям, предусмотренным Указом Президента Республики Беларусь от 4 октября 2022 г. №351, а также подходов, озвученных в ходе совещания с участием главы государства 9 сентября 2022 года, что подтверждается выданным райисполкомом решением по итогам осуществления административной процедуры. Берется во внимание и добросовестность ведения субъектом агроэкотуризма своей деятельности, что включает, в том числе уплату налога на профессиональный доход в течение определенного периода, участие в общественной жизни региона, близость к областному и районным центрам [3]. Из 267 действующих в Гродненской области в отношении 52 субъектов агроэкотуризма приняты решения райисполкомов по применению налоговых льгот в части перевода на уплату сбора за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма вместо налога на профессиональный доход управления. В 2023 году агроэкоусадьбы региона приняли более 82,4 тыс. туристов, выручка от услуг агроэкотуризма составила Br4,4 млн [4].

Дятловщина традиционно является лидером в регионе по экспорту туристических услуг, ее вклад в общий результат составляет 60%, в первую очередь благодаря местным санаториям. Однако на этом в районе не останавливаются, ставя перед собой задачи еще более расширить спектр туруслуг и делая ставку на отдых белорусов в своей стране. С августа 2024 года в райцентре заработал туристический информационный центр, куда может зайти любой желающий и узнать, что интересного посмотреть на Дятловщине. На сегодняшний день разработана стратегия развития туризма в районе, которая состоит из многоликого образа: «Дятловщина героическая», «Дятловщина гостеприимная», «Дятловщина таинственная», «Дятловщина неповторимая», ее задача – сделать так, чтобы этот образ стал не только узнаваемым, но и привлекательным для всех гостей и туристов.

По состоянию на 1 октября 2024 года, в Дятловском районе из 14 агроэкоусадьб прошли перерегистрацию только 3 [5]. Но, по данным райисполкома, это никак не повлияло на туристический рынок района. Наоборот, теперь турист может рассчитывать на более широкий спектр предлагаемых усадьбами услуг и быть уверенным в высоком качестве их оказания. Остались те усадьбы, хозяева которых дорожат своим делом, репутацией, клиентами и собираются развиваться, а местные органы власти готовы оказывать им в этом всяческую поддержку. Также в агроусадьбах региона работают над тем, чтобы создать комфортные условия пребывания для каждой категории туристов, в том числе для инклюзивных групп. Агроусадьбы учитывают потребности особых путешественников и создают адаптированные программы. К тому же все агроэкоусадьбы снабжены полиграфической продукцией о туристическом потенциале Дятловского района, что позволяет легко сориентироваться в предпочтениях гостей.

В качестве показательного примера агроусадьба «Каля дуба», которая функционирует с 2008 года. Благодаря хозяевам, полузаброшенная деревня Тетейки обрела новую жизнь. Сюда едут туристы, в том числе зарубежные. Символом усадьбы является раскидистый дуб, отражаемый в озерной глади. В 2024 году в усадьбе «Каля дуба» посетило множество туристов из России и Германии. Средняя продолжительность пребывания в агроусадьбах – сутки-двое, летом отдыхающие проводят больше времени. Зимой 2023-2024 года в данной агроэкоусадьбе придумали праздничную программу "Новогодние забавы каля дуба". Гости посещают домик белорусской деревни, для них организуют театрализованное представление "Як гулялі і час бавілі нашы продкі", мастер-класс по розжигу самовара, чаепитие с блинами. Кроме того, в ходе благотворительной акции "Наши дети" для детей-сирот в агроэкоусадьбе "Каля дуба" провели праздник "Новогодние забавы «Каля дуба»" [5].

Свои отличительные особенности имеет усадьба, расположенная в деревне Накрышки. Одной из ключевых особенностей является местоположение, где сохранились остатки паркового ансамбля рода Стравинских, а также произрастают виды растений, занесённые в Красную книгу. Данная усадьба является одной из точек в районном туристическом маршруте «Дорогами Дятловщины». В 2024 году разработан новый туристический маршрут «На ўскрайку Ліпчанскай пушчы, альбо Накрышская гісторыя», в который также включен этот объект. Это подчеркивает её значение как важного пункта культурного и исторического наследия региона. Хозяева усадьбы предлагают гостям возможность ознакомиться с природными достопримечательностями, такими как два соседних озера, дно которых выстлано брусчаткой и служит местом обитания для лебедей и их потомства,

а также изобилует рыбой. Кроме того, существует возможность познакомиться с традициями пчеловодства, что добавляет элемент культурного обмена и образовательной программы для посетителей.

Усадьба «Родник», расположенная в непосредственной близости от города Дятлово, предоставляет разнообразные возможности для активного отдыха на природе. Туристы могут заниматься лыжным спортом, рыбалкой или просто наслаждаться прогулками на свежем воздухе, оценив живописные природные ландшафты.

Название агроэкоусадьбы «Родник» символизирует наличие на её территории множества родников с кристально чистой водой. Лесные пейзажи, отражающиеся в поверхности озера, создают впечатление живописной картины. В этом уголке природы царит тишина и уединение, что способствует глубокому погружению в атмосферу спокойствия.

Хозяева усадьбы с радостью предлагают туристам инвентарь для активного отдыха, включая лыжи и удочки для рыбалки, что делает пребывание здесь не только комфортным, но и насыщенным разнообразными активностями.

Таким образом, состояние и перспективы агроэкотуризма в Беларуси показывают, что этот сектор, хотя и является значимым сегментом сельского туризма, сталкивается с регуляторными ограничениями, затрудняющими его развитие. Особое внимание следует уделять осуществлению административных процедур при перерегистрации агроусадьб. Основными факторами, способствующими росту сельского туризма, являются геоэкономический потенциал страны и богатое культурное наследие.

На примере Гродненской области очевидно, что динамичное развитие агроэкотуризма возможно при осуществлении налоговых льгот для субъектов данного сектора. Примеры успешных агроусадьб демонстрируют разнообразие предлагаемых услуг и активное вовлечение местного населения в туристическую деятельность.

Несмотря на определенные сложности, агроэкотуризм имеет потенциал для дальнейшего роста и улучшения качества услуг, что сделает его более привлекательным для туристов. Разработка новых туристических маршрутов и программ, а также поддержка местными властями создают положительную динамику в этом сегменте.

Библиографические ссылки

1. *Давыденко Л. Н.* Синергия экономических знаний: научная школа профессора Л.Н. Давыденко. Минск: ИВЦ Минфина, 2021. С. 299–324.
2. *Соболь К. Н.* Организационно-экономический механизм развития сельского туризма в регионе. 2021. С. 8–11.

3. О развитии агроэкотуризма [Электронный ресурс]: Указ Президента Республики Беларусь от 4 октября 2022 г. № 351 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. URL: <https://etalonline.by/document/?regnum=P32200351>. (дата обращения: 08.11.2024).

4. Новости Беларуси|БелТА [Электронный ресурс]. URL: <https://belta.by/special/regions/view/agrousadba-ne-tihaja-zavod-a-mesto-aktivnogo-otdyha-kak-razvivaetsja-agroekoturizm-v-grodnenskoj-662788-2024/> (дата обращения: 08.11.2024).

5. Дятловский районный исполнительный комитет, 2024 [Электронный ресурс]. URL: <https://dyatlovo.gov.by/ru/agroekotur-by> (дата обращения: 08.11.2024).

ПОТЕНЦИАЛ ПРИРОДНЫХ ЛАНДШАФТОВ БЫХОВСКОГО РАЙОНА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ВИДОВ ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННОГО ТУРИЗМА

К. А. Мака́р¹⁾, А. Е. Яро́тов²⁾

¹⁾ *Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, kristina.mazurina.02@mail.ru*

²⁾ *Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, yarotau@gmail.com*

Рассматривается потенциал природных ландшафтов Быховского района Могилевской области Республики Беларусь, в целях развития природоориентированных видов туризма, таких как экологический, агроэкотуризм, лечебно-оздоровительный, активный, охотничий и образовательный.

Исследование основано на анализе данных о физико-географических особенностях района, его ландшафтном строении и природных ресурсах, включая памятники природы и заказники. Для создания цифровой карты ландшафтов района применяются геоинформационные технологии.

В статье рассматриваются ресурсы водно-болотных угодий и лесов, которые могут способствовать развитию экотуризма, а также описываются существующие туристические маршруты и возможности для создания новых. Подчеркивается необходимость улучшения инфраструктуры и сотрудничества с местными агроэкотуристами для привлечения туристов. Также акцентируется внимание на восстановлении лечебно-оздоровительного туризма и образовательного, что может повысить интерес к экологии и культурному наследию региона.

Описываются возможности для развития различных туристических направлений. Предлагаются меры для повышения привлекательности района как туристического направления.

Ключевые слова: Быховский район; природоориентированный туризм; природный ландшафт.

POTENTIAL OF NATURAL LANDSCAPES OF BYKHOV DISTRICT FOR DEVELOPMENT OF TYPES OF NATURE-ORIENTED TOURISM

K. A. Makar¹⁾, A. E. Yarotau²⁾

¹⁾ *Belarusian State University, Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, kristina.mazurina.02@mail.ru*

²⁾ *Belarusian State University, Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, yarotau@gmail.com*

The potential of the natural landscapes of the Bykhovsky district of the Mogilev region of the Republic of Belarus is considered for the purpose of developing nature-oriented types

of tourism, such as ecological, agroecotourism, health and wellness, active, hunting and educational.

The study is based on the analysis of data on the physical and geographical features of the district, its landscape structure and natural resources, including natural monuments and reserves. Geoinformation technologies are used to create a digital map of the district landscapes.

The article considers the resources of wetlands and forests that can contribute to the development of ecotourism, and describes existing tourist routes and opportunities for creating new ones. The need to improve infrastructure and cooperate with local agroeco-estates to attract tourists is emphasized. Attention is also focused on the restoration of health and wellness tourism and educational tourism, which can increase interest in the ecology and cultural heritage of the region.

The possibilities for the development of various tourist destinations are described. Measures are proposed to increase the attractiveness of the area as a tourist destination.

Keywords: Bykhov district; nature-oriented tourism; natural landscape.

По Постановлению Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 7 августа 2023 г. № 36 «О ведении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь», в нашей стране насчитывается 13 видов туризма.

Из этого перечня, к природоориентированному туризму, из перечня видов туризма, можно отнести следующие: агроэкотуризм, активный, лечебно-оздоровительный, образовательный, охотничий и экологический.

Быховский район расположен в южной части Могилевской области Республики Беларусь, является крупнейшим по площади (2263,16 км²) районом области. Граничит с Могилевским, Чаусским, Славгородским, Кировским, Кличевским районами Могилевской и Рогачевским – Гомельской области.

Юго-западная часть Быховского района, в физико-географическом отношении, относится к району Центральноберезинской равнины Предполесской провинции (округ Восточное Предполесье). Северо-восточная часть относится к Восточно-Белорусской провинции (Поднепровье), в большей степени район расположен преимущественно в районе Оршано-Могилевской равнины, и только крайний восток относится к району Костюковичской равнины.

Материалами для исследования послужила собранная авторами информация о природно-ресурсном потенциале района.

Для анализа ландшафтных условий была использована растровая ландшафтная карта Беларуси в масштабе 1:500 000 [1].

С помощью такого ГИС-ресурса как ArcGIS была создана цифровая карта ландшафтного строения и природного потенциала Быховского района.

Физико-географические природные особенности района нашли отражение и в его ландшафтном строении, где, в большей степени, получили широкое распространение средневысотные и низменные ландшафты (рисунки).

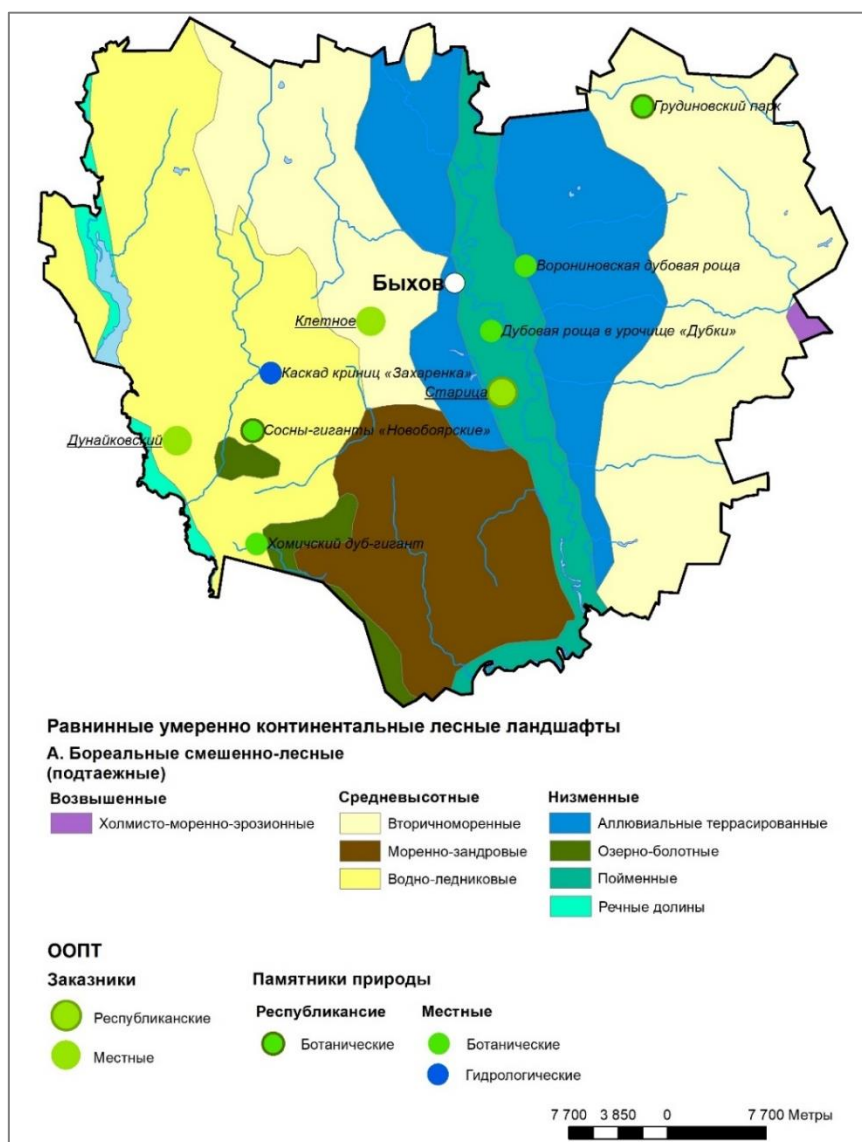


Рис.1. Ландшафтное строение и природный потенциал Быховского района

Так, по ландшафтному районированию страны, юго-западная часть территории относится к Среднеберезинскому волнистому водно-ледниковому и вторичноморенному району, крайний юг лежит в пределах Бобруйско-Рогачевского волнистого моренно-зандрового и водно-ледникового района, данные районы входят в Предполесскую ландшафтную провинцию. Северо-восточная часть относится к Восточно-Белорусской ландшафтной провинции, большая часть относится к Проня-Днепровскому

волнистому вторичноморенному району, небольшая часть к Климовичскому волнистому вторичноморенному и волнисто-увалистому моренно-зандровому району, который лежит южнее вышеописанного района.

Природный потенциал ландшафтов состоит из ресурсов водно-болотных угодий, лесов, водных, геоморфологических и геологических объектов, представляющих интерес для природоориентированных видов туризма.

Ландшафты с предполагаемым потенциалом для развития: экологического туризма – аллювиальные террасированные, озерно-болотные, пойменные, речных долин; агроэкотуризма: – пойменные, речных долин; лечебно-оздоровительного – водно-ледниковые с озерами; активного туризма – холмисто-моренно-эрозионные, вторичноморенные; охотничьего туризма – водно-ледниковые, озерно-болотные.

Экологический туризм в районе может получить развитие на базе республиканского ландшафтного заказника «Старица».

В пределах заказника можно наблюдать чередование различных геоморфологических форм – от стариц до плоских вершин террас, что обуславливает разнообразие растительности на его территории. Наиболее ярко выражены элементы выработанной речной долины – крутые и пологие склоны, фрагменты террас, эоловые холмы и гряды, старичные озера, меандры [3].

К заказникам местного значения относятся заказники «Дунайковский» и «Клетное».

Помимо этого, на территории района расположено 6 памятников природы, которые также могут представлять интерес для туризма.

Большой интерес представляет каскад криниц «Захаренка». Источник представляет собой выход воды из земных недр в трех уровнях, образующих небольшой ручей, стекающий в неглубоководную реку Вьюнок (бассейн реки Днепр). Источник окружен со всех сторон лесом [3].

Надо отметить, что кроме данного источника, если верить сайту «Родники Беларуси» [4], в районе насчитывается ещё как минимум 23 источника, однако они не включены в «Список особо охраняемых природных территорий Республики Беларусь». Однако, обследовав их, можно подумать над тем, чтобы включить их в туристические маршруты.

Для населения родник является культовым объектом, возле которого построена часовня. В местах отдыха установлены беседка и декоративные скамейки. Над одним из выходов подземных вод сооружена купальня. При подходе к родниковому комплексу установлены декоративные ворота и информационные стенды.

Продолжением экологического туризма можно назвать агроэкотуризм, который представлен 27 агроэкоусадеб (таблица). Помимо агроэкоусадб, агроэкотуризм можно развивать и в пределах тех туристических комплексов, которые пока не являются агроэкоусадами, но соответствуют всех требованиям, чтобы стать ими. Как пример можно привести загородный комплекс «Чигиринка», который расположен в д. Коровчено (53.545952, 29.827466).

Агроэкоусады Быховского района

№ п/п	Наименование	Адрес расположения	Единовременная вместимость (кол-во чел)
1	«Чигиринская протока»	д. Проточное, ул. Центральная, 44	11
2	«Палаюнічы прытулак»	д. Проточное, ул. Центральная, 40	10
3	«Рыбацкий двор»	д. Чечевичи, 1-я ул. Набережная, 45	14
4	«Благодать»	д. Чечевичи, ул. 1-я Набережная, 10	8
5	«Рыбацкая пульва»	д. Чечевичи, ул. Набережная, 77	12
6	«Домик в лесу»	д. Чечевичи, ул. Туристическая, 9	12
7	«Чигиринское предместье»	д. Чечевичи, ул. Набережная, 65А	15
8	«Галеон»	д. Чечевичи, ул. Набережная, 102	8
9	«Песчаный берег»	д. Грудичино, 9 (с 16.02.2021)	16
10	«Чигиринские вечера»	д. Грудичино, 2	7
11	«Чигиринское раздолье»	д. Грудичино, 15	9
12	«Озёрная 13»	д. Грудичино, 13	11
13	«Крутой берег»	д. Грудичино, ул. Озёрная, 1Д	8
14	«У Палыча»	п. Грудичино, ул. Озёрная, 25	5
15	«Сиваки»	п. Грудичино, ул. Озёрная, 23	6
16	«Буслик»	д. Воронино, ул. Придорожная, 40	2
17	«Ёшки-матрёшки»	д. Воронино, ул. Придорожная, 5	9
18	«Ёлки-палки»	д. Воронино, ул. Придорожная, 9	16
19	«Сытый папа»	д. Воронино, ул. Придорожная, 60	5
20	«Гостиный двор»	д. Залохвенье, ул. Центральная, 27	15
21	«Сядзіба Дудзіка»	д. Залохвенье, ул. Центральная, 29	15
22	«Луговые грёзы»	аг. Борколабово, пер. Луговой, 8	8
23	«У Надежды на Полевой»	г. Быхов, ул. Полевая, 5	8
24	«У Печкина»	г. Быхов, пер. Солодышева, 13	6
25	«Быховский дворик»	г. Быхов, ул. Шмидта, 8	6
26	«Быховчанка»	г. Быхов, ул. Полевая, 1 Б	3
27	«Новая волна»	д. Короткие, ул. Новая, 5	10

Лечебно-оздоровительный туризм в районе пока развит слабо, что подтверждается отсутствием лечебно-оздоровительных учреждений санаторного профиля, причиной чего могла стать авария на ЧАЭС, в ходе которой территория района также подверглась радиоактивному загрязнению.

Активный туризм в районе может на данный момент представлен водным и велосипедным туризмом.

Так, ЧУП «ЧигиринкаТУР», расположенное в д. Чечевичи, пока единственное предприятие, которое организует сплавы на байдарках по р. Друть.

Кроме этого, в районе имеется любительский лов рыбы, который в большей степени развит на Чигиринском водохранилище и старичных озерах р. Днепр.

Ландшафтные условия района способствуют организации велотуризма почти по всему району, за исключением озерно-болотных ландшафтов и заболоченных пойм рек. В районе на данный момент имеется один подобный туристический маршрут – велосипедный маршрут «Быховская кругосветка».

Охотничий туризм также относится видам туризма, ориентированных на природные ресурсы.

Угодья охотничьих хозяйств на территории района закреплены за ГЛХУ «Быховский лесхоз» и 6 охотдами Быховской районной организационной структуры РГОО «Белорусское общество охотников и рыболовов».

Охотничьи угодья, арендуемые ГЛХУ «Быховский лесхоз», расположены в юго-западной части района. Территория охотничьего хозяйства ГЛХУ «Быховский лесхоз» состоит из двух изолированных участков: основного (1-4 обходы) и Приборско-Краснослободского участка (5 обход) [2].

Центры развития охотничьего туризма могут быть сформированы на базе охотничьих или туристических комплексов. К ним относится охотничий комплекс «Дом охотника» в д. Гамарня ГЛХУ «Быховский лесхоз» и Быховская РОС РГОО БООР.

Образовательный туризм природоведческой направленности требует наличия соответствующих тематических экспозиций. Данное направление может быть развито путем организации тематических экспозиций, народных промыслов на базе туристических комплексов, школьных музеев, агроэкоусадб.

Быховский район демонстрирует значительный потенциал для развития природоориентированного туризма. Уникальные природные ресурсы, такие как водно-болотные угодья, леса и ландшафтные заказники, создают

условия для успешной реализации различных туристических направлений, включая агроэкотуризм, экологический, активный и охотничий туризм.

Перспективы развития туризма в районе заключаются в активном продвижении существующих маршрутов, создании новых туристических продуктов и улучшении инфраструктуры. Важно развивать сотрудничество с местными агроэкоусадьбами и туристическими предприятиями для создания комплексных предложений для туристов.

Кроме того, стоит обратить внимание на необходимость восстановления лечебно-оздоровительного туризма, что может привлечь дополнительные потоки посетителей. Создание образовательных программ и тематических экспозиций также будет способствовать укреплению интереса к экологии и культурному наследию района.

Таким образом, с учетом устойчивого и интегративного подхода к развитию туризма, Быховский район имеет все шансы не только стать привлекательным направлением для туристов, но и способствовать экономическому росту и сохранению природных ресурсов региона.

Библиографические ссылки

1. Республика Беларусь. Ландшафтная карта [Карты]. – 1: 500 000. – Мн.: РУП «Белкартография», 2014.
2. ГЛХУ «Быховский лесхоз» [Электронный ресурс] / iHunt.by. URL: <https://ihunt.by/catalog/orginfo/32> (дата обращения: 07.09.2024).
3. Карта особо охраняемых природных территорий Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: https://minpriroda.gov.by/ru/svg_map-ru/list (дата обращения: 06.09.2024).
4. Родники Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <https://rodnikbel.by/#%D0%9C%D0%9E-%D0%91%D0%AB%D0%A5> (дата обращения: 15.09.2024).

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ И АГРОУСАДЕБ РБ (НА ПРИМЕРЕ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Е. М. Миранкова

*Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, Минск,
Республика Беларусь*

В статье рассматриваются варианты взаимодействия агроусадоб и туристско-информационных центров в Республики Беларусь на примере Гродненской области. Анализируется общий сайт туристско-информационных центров области, представлены его слабые и сильные стороны. Предлагаются варианты улучшения его продуктивности, а также перспективы представления деятельности агроэкоусадоб на подобных информационных ресурсах.

Ключевые слова: туристско-информационный центр; агроусадьба; Гродненская область; агроэкотуризм, интернет продвижение.

INTERACTION OF TOURIST INFORMATION CENTERS AND FARMSTEADS OF THE REPUBLIC OF BELARUS (ON THE EXAMPLE OF GRODNO REGION)

E. M. Mirankova

Belarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus

The article examines the options for interaction between farmsteads and tourist information centers in the Republic of Belarus using the example of the Grodno region. The general website of tourist information centers of the region is analyzed, its strengths and weaknesses are presented. Options for improving its productivity are proposed, as well as prospects for presenting the activities of agro-estates on similar information resources.

Key words: tourist information center; farmstead; Grodno region; agroecotourism; internet promotion.

В современном мире насчитывается более 600 000 агроусадоб (около 15 % от всех средств размещения), в Беларуси сегодня — более 2700. Важно отметить, что в Беларуси именно агроэкотуризм стал наиболее развитым видом туристической деятельности, и количество дополняет качество: по результатам ежегодных опросов разных туристических порталов и изданий, в последние десятилетия Беларусь становилась лидером в сегменте сельского туризма [4, с.73].

Взаимодействие агроусадоб и туристско-информационных центров Республики Беларусь может быть очень продуктивным и взаимовыгод-

ным для обеих сторон. Агроусадьбы предлагают уникальный опыт проживания в загородной местности, знакомство с местной культурой и традициями, а также возможность познакомиться с сельскохозяйственными процессами.

Туристско-информационные центры могут помочь агроусадьбам привлечь больше посетителей, предоставляя информацию о них на своих ресурсах, в туристических брошюрах и на сайтах. Они также могут организовывать экскурсии и туры для туристов, включающие посещение агроусадб.

С другой стороны, агроусадьбы могут предложить свои услуги туристско-информационным центрам, например, проведение мастер-классов по национальной кухне или ремесленным навыкам, а также предоставление жилья для сотрудников центров во время организации мероприятий.

Актуальность данной темы не вызывает сомнений, так как на сегодняшний день устойчивое развитие сельских территорий Республики Беларусь не может в полной мере обеспечиваться исключительно посредством оптимизации агропромышленного комплекса, который поддерживается пятилетними государственными программами:

- Аграрный бизнес;
- Развитие туризма;
- Беларусь гостеприимная;
- Культура Беларуси;
- Социально-экономическое развитие РБ и т.д.

Вследствие чего, в настоящее время для обеспечения нужд и занятости местного населения, к примеру, путем сохранения развития видов деятельности, которые гарантируют сохранение природных ландшафтов; ведения личных подсобных хозяйств граждан; а также относительно нового направления в сфере агроэкотуризма невозможно без информационного обеспечения.

Таким образом, взаимодействие агроусадб и туристско-информационных центров может способствовать развитию туризма в регионе, укреплению культурного обмена и созданию новых возможностей для бизнеса.

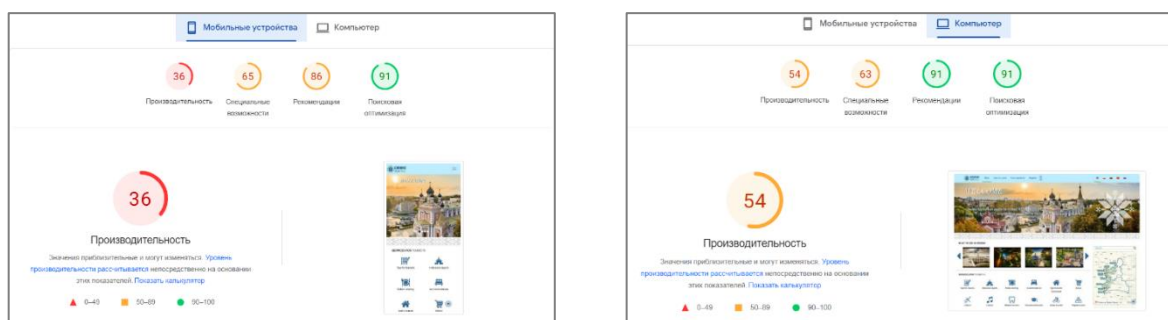
В данной статье будет рассмотрено взаимодействие туристско-информационных центров Гродненской области и агроусадб этого района.

В чем заключаются основные задачи и функции информационных центров туристической направленности и какие выгоды предоставляются агроусадьбам от совместного сотрудничества?

В соответствии с пунктом 3 Положения о ТИЦ Закона о туризме **задачами ТИЦ являются:**

- **популяризация** внутреннего туризма и международного въездного туризма;
- **развитие сотрудничества** с субъектами туристической индустрии и иными юридическими лицами;
- **проведение** как в Республике Беларусь, так и за ее пределами **маркетинговой деятельности**, направленной на ознакомление с туристическим потенциалом Республики Беларусь;
- **реализация** программ, стратегий, концепций, планов мероприятий и иных мер по поддержке туристической индустрии, развитию внутреннего туризма и международного въездного туризма;
- **популяризация** белорусской истории, национальной культуры, традиций и достижений белорусского народа [7].

Просмотрев сайты туристско-информационных центров Гродненской области можно сказать следующее: есть единый сайт <https://grodnovisafree.by/>, где можно найти все представленные центры и перейти на них по кликабельной ссылке. При этом, найти сайт в поисковой системе конкретно той местности, которая Вам нужна фактически невозможно, так как приходится переходить через несколько сайтов. Также был произведен анализ производительности сайта с помощью сервиса PageSpeed Insights, который показал следующие результаты: Была выявлена средняя производительность сайта как на компьютерах (54 из 100), и низкая на мобильных устройствах (36 из 100) (рисунок 1). Из рисунка мы видим, что сайт грузится долго, изображения некорректные, то есть в использовании не удобен.



Производительность сайта grodnovisafree.by
Источник: [2]

Что нужно сделать для того чтобы повысить производительность сайта? Для повышения уровня производительности сайта и сокращения времени его загрузки предложены следующие рекомендации:

1. Использовать современные форматы изображений
2. Настроить подходящий размер изображений
3. Удалить неиспользуемый код JavaScript

4. Включить сжатие текста
5. Устранить ресурсы, блокирующие изображение
6. Сократить время до получения первого байта от сервера.
7. Настроить эффективную кодировку изображений.
8. Предотвратите чрезмерную нагрузку на сеть (Чрезмерная полезная нагрузка на сеть приводит к финансовым затратам пользователей и может замедлять время загрузки контента).

На выбранном сайте информация представлена в письменной и графической форме. Текст преобладает. Информация написана достаточно грамотно, однако в некоторых местах были обнаружены грамматические и синтаксические ошибки.

Стоит подчеркнуть, что на сайте отсутствует функция «версия для слабовидящих», что является однозначным недостатком для беспрепятственного использования. В верхней части сайта имеется функция переключения языка, где присутствует перевод на английский, польский, китайский и литовский языки. Перевод сделан качественно, поэтому у туристов не возникнет вопросов. Также в шапке сайта указаны ссылки на Instagram, Telegram, YouTube и Facebook (они являются кликабельными). В настоящее время, каждый турист пользуется социальными сетями и поэтому их следует качественно и грамотно развивать.

Что касается взаимодействия агроусадоб с туристско-информационными центрами, то оно невелико. Но информация ограничена лишь краткими сведениями об агроусадобе и контактными данными. Никаких рекламных предложений, фотоотчёта о проводимых мероприятиях, предоставляемых услугах не имеется. Безусловно, гость, который зашел узнать информацию о месте для отдыха, не узнает. Также есть графа «отзывы», которые отсутствуют. Исходя из этого, можно сделать вывод, что в офлайн-точках информационные брошюры и рекламные предложения также отсутствуют.

На сайте также присутствуют и другие дополнительные вкладки, которые могут помочь туристу в поиске агроусадобы, такие как:

– **Перечень туроператоров**, которые по своей сути должны предлагать и размещать на сайте свои экскурсии и уникальные предложения. К сожалению, информации про агроусадобы нет и прочие услуги соответственно. Присутствует лишь контактная информация.

– **Популярные маршруты**. На данной вкладке есть краткое описание маршрутов. О дате проведения, времени и стоимости вы не узнаете, если перейдете по ссылке. Также никакой маршрут из предложенных забронировать нельзя, агроусадобы в эти маршруты не входит.

– **Карта гостя.** Интересное предложение, это электронный ключ к самым привлекательным местам безвизовой зоны. Более 150 объектов на территории Гродно и Бреста. В течение 1 года ваша карта активна. Бесплатное посещение музеев и экскурсий, художественных галерей. Скидки до 30% в ресторанах, кафе, магазинах. Скидки до 30% в отелях и агроусадебках, на прокат автомобилей и велосипедов. С ней вы развлекаетесь, едите, проживаете со скидками и приятными бонусами. Музеи, комплексы, выставки, магазины, рестораны, гостиницы – везде вы получаете скидку от 10 до 50% [3]. При этом, отзывы на сайте склоняются к негативным.

– **Презентационные видеоролики.** Сняты качественно с английскими субтитрами, что является плюсом для иностранного гостя. К сожалению, нет ни одного презентационного ролика от агроусадебки, несмотря на то, что это отличный шанс привлечь гостя.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что взаимодействия между туристско-информационными центрами и агроусадебками нет. Оно лишь поверхностное, разделов и возможностей много, при этом информационной нагрузки сайт не несет. Вследствие чего, были разработаны следующие рекомендации по улучшению работы сайта в целом, а также касательно разделов с агроусадебками.

Во-первых, стоит начать с самого сайта. Необходимо добавить подробную информацию о услугах, проводимых в агроусадебках, их красочное описание, цены на услуги, а также добавить возможность о бронировании экскурсии и так далее. Фотографии на сайте любительского формата, что отталкивает от их просмотра (нет четкости, непонятно откуда и что это в целом). Следовательно, необходимо загрузить фото высокого качества. Следующий не менее важный момент, это всплывающая реклама при посещении сайта. То есть, как только Вы заходите на страницу, видите о том, что есть уникальное предложение от той или иной агроусадебки, которые Вы можете приобрести прямо сейчас. Раз гость зашел на этот сайт – это значит, что он либо планирует узнать о продукте и приобрести его, либо он в моменте ищет для себя подходящий вариант. Безусловно, это требует финансовых затрат, для того чтобы разместить свою информацию на общем сайте. Но это и поможет развивать Ваш продукт эффективнее.

Во-вторых, это социальные сети, поскольку главный туристско-информационный центр предлагает возможность переходить и пользоваться этим инструментом, то его стоит развивать (в данном случае Instagram и Telegram). Также стоит отметить, что у отдельных ТИЦ также имеются социальные сети. Есть ли в них актуальная информация и возможность бронировать маршруты? Ответ: нет. В современном мире, это необходимая составляющая для продвижения товаров и услуг. Instagram стоит

наполнить фотографиями, короткими и привлекающими видеороликами, всей необходимой информацией, устраивать конкурсы среди подписчиков тем самым привлекая их внимание. Что касается Telegram-канала, то периодически проходят конкурсы с определённой тематикой. Однако, агроусадьбы в данных мероприятиях не учувствуют. Самый простой, но рабочий пример того, как ТИЦ поможет Вам в продвижении вашей услуги: загружайте на сайт рекламу о том, что в Instagram проходит розыгрыш (можно также не задействовать сайт) – далее на аккаунте размещается публикация и история о проведении данного розыгрыша, где описана вся информация (к примеру, *Агроусадьба "У Ивана"*, находящаяся на берегу Августовского канала, замечательное место для Вашего отдыха с семьей и друзьями приглашает Вас на романтический викенд и дарит скидку 10%. Условия розыгрыша простые: необходимо быть подписанными на 2 аккаунта (ТИЦ и агроусадьбы), поставить лайк на публикацию и отметить своих друзей в комментариях) – далее запускается таргетированная реклама – Вы получаете новых подписчиков, то есть потенциальных гостей; развиваете свой продажный инструмент – становитесь топовыми представителями на рынке агросудеб.

В-третьих, безусловно, агроусадьбы должны сотрудничать с ТИЦ, так как это отличный способ для продвижения своего продукта, а также это упростит время при проведении в нашей стране для туриста и делает его комфортным и приятным.

В заключении стоит сказать, что в Республике Беларусь сфера агроэкотуризма рассматривается как важная составляющая национальной экономики, которая призвана в максимальной степени задействовать природный и человеческий потенциал белорусской деревни на благо ее жителей, всех граждан республики и многочисленных зарубежных гостей. Освоить новое направление зачастую бывает очень непросто, тем более, когда преобладающая часть забот ложится на собственные плечи и успех во многом зависит от инициативы, творческого подхода к делу и наличия необходимых ресурсов, позволяющих на практике реализовать свои смелые идеи.

Интернет-продвижение агроэкотуризма еще только набирает обороты. Подготовка, издание, тиражирование и распространение рекламно-информационных материалов о туристическом потенциале Республики Беларусь, туристических информационных центрах Беларуси на бумажных, электронных и иных носителях, включая мультимедийные презентации и видеоматериалы, будут способствовать развитию внутреннего и въездного туризма, формированию конкурентоспособного рынка туристических услуг.

Библиографические ссылки

1. Закон о туризме. Туристические зоны, права и обязанности туристов и туроператоров [Электронный ресурс] // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. URL: <https://pravo.by/novosti/analitika/2023/june/74448/> (дата обращения 09.09.2023).

2. PageSpeed Insights [Электронный ресурс]. URL: https://pagespeed.web.dev/analysis/https-grodnovisafree-by/hz2nrepqnm?form_factor=desktop (дата обращения 21.09.2023).

3. Безвизовая территория «Брест-Гродно» [Электронный ресурс]. URL: <https://grodnovisafree.by/> (дата обращения 21.09.2023).

4. Олюнина, И. В. Виды туристической деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : пособие. Минск : БГУ, 2021. URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/270982> (дата обращения 21.10.2023).

ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ВСЕМИРНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ ПО СЕЛЬСКОМУ ТУРИЗМУ В Г. ХУЧЖОУ (КНР)

Д. В. Морозов

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

В статье рассмотрен китайский опыт проведения международных конференций по развитию сельского туризма на примере мероприятия в д. Люцин, вблизи г. Хучжоу, провинции Чженцзян. Подчеркнуты китайские особенности понимания данной отрасли, а также основные цели её развития.

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

EXPERIENCE OF WORLD RURAL TOURISM CONFERENCE ORGANIZATION IN HUZHOU (CHINA)

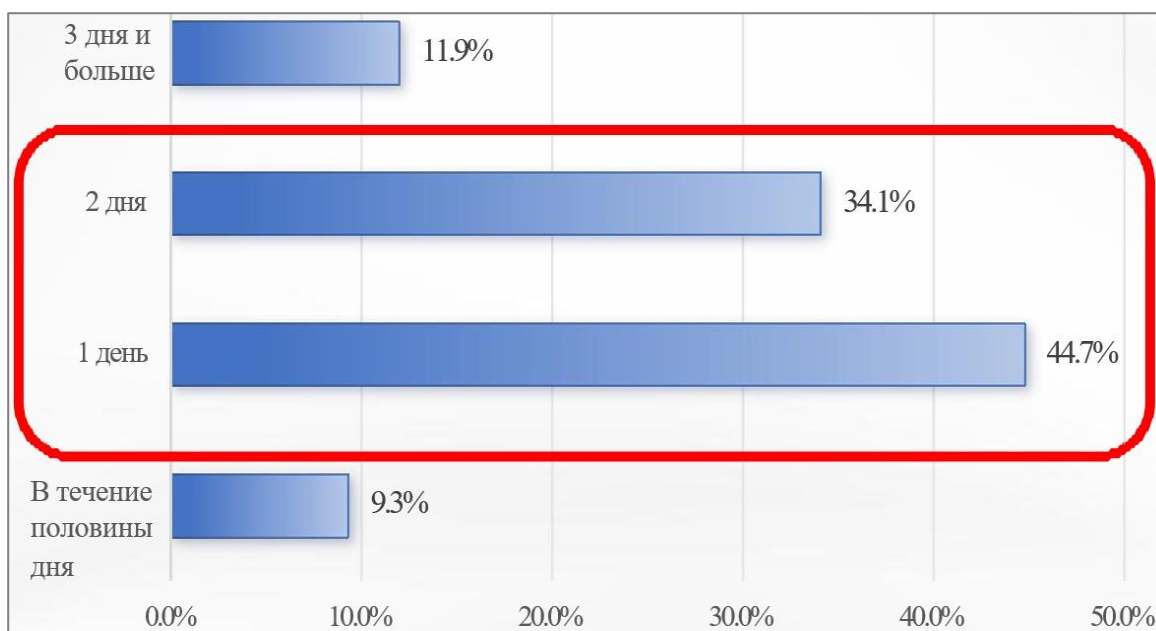
Dz. V. Marozau

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

The article examines the Chinese experience of holding international conferences on the development of rural tourism using the example of an event in the village of Lucun, near Huzhou, Zhenjiang Province. Chinese characteristics are emphasized in understanding this industry, as well as the main goals of its development.

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

На фоне укрепления экономики Китайской Народной Республики (КНР), увеличения доходов представителей китайского городского среднего класса, а также реализацией государственной программы построения умеренно процветающего общества, китайские власти уделяют 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 мегаполис, не уезжая и улетаая куда-то далеко, увидеть иной образ жизни на лоне природы [6]. После пандемии COVID19 популярность сельского туризма среди китайского населения только увеличилась, хотя средняя продолжительность путешествий в сельскую местность редко превышает 3 дня. Как правило это праздники или выходные.



*Рис. 1. Продолжительность пребывания туристов в сельских туристических зонах Китая в 2024 г.
Источник: [3]*

Для изучения зарубежного опыта и демонстрации китайских наработок рядом с г. Хучжоу проводится Всемирная конференция по сельскому туризму (ВКСТ) с 2015 года. Это некоммерческая регулярная платформа, обеспечивающая взаимовыгодное общение в целях развития и установления долгосрочных деловых отношений со всеми членами и участниками. Совет ВКСТ создан под эгидой Всемирной туристической организации (ЮНВТО) и Туристической ассоциации стран Азии и Тихого океана. Действующим председателем является Марсио Фавила - бывший исполнительный директор ЮНВТО. Участники представляют пять регионов: Европу, Америку, Африку, Азиатско-Тихоокеанский регион и Китай. Медиа-партнерами и организаторами выступает также Китайское государственное телевидение CCTV и Банк Жешан (China Zheshang Bank Co.) [2].

Основная задачи работы конференции – обмен опытом в сфере сельского туризма, продвижение рынков, брендинг, образование, обучение и развитие данного вида туризма. Конференция ежегодно привлекает несколько сотен участников из правительственных и неправительственных учреждений, а также туристических компаний, связанных с сельским туризмом, в 200 странах/регионах по всему миру, создавая взаимовыгодную систему развития мирового сельского туризма [3].

С 8 по 11 ноября 2024 года представители белорусских туроператоров, уполномоченных на прием групп китайских туристов Министерством культуры и туризма Китайской Народной Республики, Национального

агентства по туризму и Белорусского государственного университета приняли участие в Международном форуме по сельскому туризму в Люцине (провинция Чжэцзян, Китай) в рамках работы ВКСТ. На мероприятии обсуждались вопросы поддержки и регулирования этого вида туризма в разных странах, демонстрировался китайский опыт возрождения сельских населенных пунктов, использования интерактивных и анимационных программ, а также развития туристической инфраструктуры в сельской местности. В качестве примера были использованы объекты в Люцине: музеи, мастерские, предприятия общественного питания, уличные театры, а также объекты проживания. На форуме был также представлен белорусский опыт в этой сфере [7].



Рис. 2. Члены белорусской делегации на церемонии открытия форума в д. Люцин (фото автора)

Люцин представляет из себя туристический кластер площадью около трех квадратных километров, находящийся вблизи от строящейся скоростной железнодорожной станции Шанхай-Сучжоу-Хучжоу, которая соединит Шанхай, Ханчжоу, Нанкин, Хэфэй и другие крупные китайские города. Помимо выгодного расположения, Люцин также богат историко-культурным наследием и ресурсами сельского туризма, такими как шелководство, выращивание риса, чая и цветов, разведение и ловля рыбы.

Агротуристический кластер в Люцине состоит из нескольких крупных зон: конгресс-центра (места проведения конференции), совмещенного с отельным комплексом премиум-класса, непосредственно деревни Люцин с хорошо сохранившейся исторической застройкой, зоны производства шелка, рисовых полей, комплекса водоемов для разведения рыбы, нескольких ферм, а также сети водных каналов.

На базе кластера действует несколько современных музеев и школа сельского туризма для подготовки тех, кто уже занимается данной деятельностью и тех, кто только рассматривает подобную перспективу. В качестве преподавателей регулярно приглашаются иностранные эксперты. Активное участие в образовательном процессе принимают представители местных банков, поясняющие пути использования финансовых инструментов для развития сельского туризма.



Рис. 3. Интерактивный музей на базе здания старинной школы в д. Люцин (фото автора)

Одним из элементов государственной поддержки субъектов туристического кластера являются значительные налоговые льготы, которыми пользуются объекты общественного питания, мастерские и сувенирные магазины.



Рис. 4. Керамическая мастерская при чайном доме в д. Люцин (фото автора)

Традиционно основными услугами, которые приобретают туристы в данном кластере являются питание и проживание. Гостям нравится иметь возможность пройтись по окрестностям, заглянуть на деревенский рынок, купить местную продукцию, попробовать блюда региональной кухни в небольших заведениях, а вечером позволить себе роскошь комфортного размещения. Туристы не всегда готовы ночевать в настоящей деревне, но они ценят возможность провести день с местными жителями [5]. Поэтому в Люцине существует несколько вариантов размещения: в частных домах, мини-отелях в деревне, в премиальной гостинице конгресс-центра.

Участникам форума организаторы предоставляют максимально комфортные условия проживания, однако многие высказывали желание попробовать размещение в сельских домах для более глубокого понимания особенностей услуг в кластере.

Основной акцент в работе делался на озвучивании докладов о результатах государственных программ по развитию сельского туризма в Китае. Среди наиболее очевидных сложностей по привлечению иностранных туристов в китайские агротуристические кластеры следует отметить следующие: незначительное количество знаков туристической навигации на английском языке, недостаток электронных ресурсов на иностранных язы-

ках о агротуристических ресурсах Китая, малая представленность агротуристических продуктов среди предложений китайских туристических форм для зарубежных партнеров.



Рис. 5. Конгресс-центр и гостиница в д. Люцин (фото автора)

При этом следует отметить значительные усилия китайских властей по продвижению китайского сельского туризма среди иностранных туристических компаний и общественных объединений. На фоне динамично развивающейся инфраструктуры данного вида туризма в Китае подобные усилия способны привлечь иностранных туристов. Всемирная конференция по сельскому туризму является важным инструментом решения данной задачи.

Библиографические ссылки

1. Pacific Asia Travel Association [Electronic resource]. URL: <https://www.pata.org> (Date of access: 15.12.2024).

2. The 2024 Lucun Forum Opens in China's Huzhou [Electronic resource]. URL: <https://english.cctv.com/2024/11/10/ARTIyhNEJ0H3Rq3vDZxaR6Ow241110.shtml?spm=C69523.PwOasl7Qr6J6.MHZUB6bez4SG.1> (Date of access: 15.12.2024).
3. World Rural Tourism Conference [Electronic resource]. URL: www.wrtc.net/info (Date of access: 15.12.2024).
4. World Rural Tourism Town [Electronic resource]. URL: <https://www.pata.org/blog/world-rural-tourism-town> (Date of access: 15.12.2024).
5. Лебедев, Д.А. Китайский взгляд на сельский туризм [Электронный ресурс]. URL: <https://profi.travel/news/38609/details> (дата обращения: 15.12.2024).
6. Морозов Д. В., Се Цзинфу. Опыт развития сельского туризма в Китае // Агро-экотуризм в период современных вызовов: национальный опыт : материалы XII Национальной науч.-практ. конф., Респ. Беларусь, Минск, 25 ноября 2021 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Л. М. Гайдукевич (отв. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 2021. С. 90–99.
7. Национальное агентство по туризму на Международном форуме по развитию сельского туризма в Люцине, КНР 11.11.2024 <https://www.belarustourism.by/news/natsionalnoe-agentstvo-po-turizmu-na-mezhdunarodnom-forume-po-razvitiyu-selskogo-turizma-v-lyutsine-/>

РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ В РАЗВИТИИ АГРОЭКОТУРИЗМА

Н. Н. Морозова¹⁾, Т. В. Веремейчик²⁾

¹⁾ГНУ «Институт экономики НАН Беларуси»,
ул. Сурганова 1, корп 2, 220072, Минск, Республика Беларусь,
morozova@economics.basnet.by

²⁾ГНУ «Институт экономики НАН Беларуси»,
ул. Сурганова 1, корп 2, 220072, Минск, Республика Беларусь,
veremeychik78@mail.ru

В статье рассмотрены современные тенденции развития агроэкотуризма в условиях цифровизации. Авторами обозначены проблемы в сфере туризма, продиктованные внедрением цифровых технологий. Руководствуясь статистическими данными, проведен анализ субъектов агроэкотуризма за последние шесть лет. Выделены ключевые аспекты, способствующие развитию агроэкотуризма в условиях цифровизации, связанные с наличием цифровой грамотности, потребительскими предпочтениями, качеством оказываемых туристических услуг и др. Благодаря развитию агроэкотуризма создаются предпосылки для снижения социальной напряженности на рынке труда, обусловленные созданием рабочих мест, и направленные на улучшение развития регионов, стабилизацию уровня жизни населения, проживающего в сельских районах. Авторами сформулированы направления, отражающие роль цифровизации в развитии агроэкотуризма.

Ключевые слова: агроэкотуризм; цифровизация; цифровые платформы; качество туристических услуг; субъекты агроэкотуризма; рабочие места; сфера услуг.

THE ROLE OF DIGITALIZATION IN THE DEVELOPMENT OF AGROECOTOURISM

N. N. Morozova¹⁾, T.V. Veremeychik²⁾

¹⁾*The Institute of economics of the National academy of sciences of Belarus,
Surganova st. 1-2, 220072, Minsk, Republic of Belarus,
morozova@economics.basnet.by*

²⁾*The Institute of economics of the National academy of sciences of Belarus,
Surganova st. 1-2, 220072, Minsk, Republic of Belarus,
veremeychik78@mail.ru*

The article considers modern trends in the development of agroecotourism in the context of digitalization. The authors identify problems in the tourism sector dictated by the introduction of digital technologies. Guided by statistical data, an analysis of agroecotourism entities over the past six years was conducted. Key aspects contributing to the development of agroecotourism in the context of digitalization related to the presence of digital literacy, consumer preferences, the quality of tourism services provided, etc. are highlighted. Thanks to the development of agroecotourism, prerequisites are created for reducing social tensions

in the labor market due to the creation of jobs and aimed at improving the development of regions, stabilizing the standard of living of the population living in rural areas. The authors formulated directions reflecting the role of digitalization in the development of agroecotourism.

Keywords: agroecotourism; digitalization; digital platforms; quality of tourism services; subjects of agroecotourism; jobs; service sector.

Агроэкотуризм является приоритетным направлением для устойчивого развития регионов Республики Беларусь, сочетая элементы экотуризма и аграрного туризма, предлагая посетителям-туристам уникальные возможности для знакомства с сельским бытом, природой и местной культурой. В условиях цифровизации развитие агроэкотуризма актуально, поскольку принимает новые формы и открывает дополнительные возможности для рекреации, что объясняется рядом причин (интерес к экологии, образовательный аспект, снижение стресса и улучшение здоровья, новые тренды и т.п.). Современные туристы всё чаще обращают внимание на экологические аспекты своего отдыха и стремятся поддерживать устойчивое использование природных ресурсов, познакомиться с природой и сельским образом жизни.

История развития агроэкотуризма Беларуси началась с 2002 г., когда было создано первое региональное общественное объединение «Агро- и экотуризм», а через год данное объединение трансформировалось в национальную организацию – БОО «Отдых в деревне» за время работы которой была осуществлена реализация более 25 проектов, повлиявших на формирование отрасли сельского туризма страны [1, с. 19]. Агроэкотуризм способствует развитию местной экономики, создавая рабочие места в сельских районах. В целом по данным Всемирной туристской организации (ВТО), комплексное обслуживание одного туриста эквивалентно созданию 9 новых рабочих мест [2, с. 330]. Туристы часто предпочитают покупать продукты у местных фермеров, что поддерживает малый бизнес. К тому же данный вид туризма можно рассматривать как образовательный в ходе которого происходит познание определенной территории сельской местности, экологии, традиций аграрных практик, происхождение продуктов питания. Сельская местность и связь с природой способствуют улучшению психоэмоционального состояния и благополучия. В развитие агроэкотуризма активно внедряются новые технологии и методы, такие как использование социальной сети для продвижения и взаимодействия с клиентами, создание виртуальных туров и внедрение агрономических тех-

нологий. Данные обстоятельства подтверждают актуальность направления агроэкотуризма и способствуют поддержанию экономики сельских районов.

В условиях цифровизации данный вид туризма имеет свои особенности. Цифровые технологии радикально изменили образ жизни, досуг, отдых, мобильность и туризм во всех его формах, упростили поиск, систематизацию и хранение больших данных. Растущая мобильность туристов, стремительный переход из десктопа в мобильные устройства для оптимизации своих поездок и разрастание транспортных систем позволят оперативно осуществлять процедуру формирования туров, быстрее и финансово выгоднее добираться до мест отдыха [3, с. 382]. Вследствие этого сфера туризма может сталкиваться с рядом проблем:

1) *недостаток цифровой инфраструктуры*, поскольку в сельских районах зачастую отсутствует качественное интернет-соединение, что ограничивает возможности продвижения и продажи туруслуг;

2) *необходимость в обучении*, так как многим владельцам агроэкотуристических объектов не хватает знаний и навыков в области цифровых технологий, что в свою очередь затрудняет их адаптацию к новейшим трендам (онлайн-маркетинг, управление данными);

3) *конкуренция в интернете*, ибо малые фермеры и предприниматели испытывают трудности чтобы выделиться среди множества предложений;

4) *проблемы с качеством услуг*, поскольку особенность области туризма состоит в том, что выпускаемая услуга целиком или отчасти неосязема, а качество обслуживания рассматривается клиентом при конкретном эмоциональном и психологическом состоянии, обусловленном множеством критериев (менталитет, возраст, пол, культурные и религиозные особенности) причем имеются обязательные для турпродукта критерии (безопасность жизни и здоровья, обеспечение предоставления услуг, сохранность собственности туристов, соблюдение стандартов качества туристических услуг) [4, с. 61];

5) *Изменения в потребительских предпочтениях* требуют быстрого реагирования на изменения в предпочтениях и поведении потребителей, поэтому операторам агроэкотуризма следует постоянно обновлять и адаптировать свои предложения под желания туристов.

При анализе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь, в 2021–2023 гг. наблюдался спад отдыха в агроусадебках Беларуси (таблица).

Динамика показателей деятельности субъектов агроэкотуризма за 2018-2023 гг.

Год	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Число субъектов агроэкотуризма, единиц	2 473	2 760	2 936	3 150	3 043	2 409
Численность туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, человек	422300	514767	433300	563600	559800	450415

Составлено по: [5].

Официальные данные свидетельствуют, что максимальное количество субъектов агроэкотуризма за последние шесть лет с 2018 по 2023 гг. было зарегистрировано в 2021 г. и составило 3150 единиц. К 2023 г. их количество уже снизилось до 23 % по сравнению с 2021 г. Данная ситуация, соответственно, повлияла на численность туристов. Количество туристов, отдохнувших в «белорусской деревне» – 450415 человек в 2023 г. (563600 человек в 2021 г.), т.е. спад на 20 %. Данная ситуация продиктована эпидемиологической ситуацией в мире, закрытием границ большинства государств-реципиентов международного туризма, а также санкционным давлением на Беларусь. При этом большинство туристов, посетивших белорусские агроусадеб, приходится на граждан Беларуси (98%).

Потребителями услуг сельского туризма являются иностранные граждане, приезжающие в Беларусь с гостевым визитом для отдыха на территории агроусадеб. Средняя продолжительность пребывания туристов в агроусадах составляет 2-3 дня. Среди иностранных агроэкотуристов Беларуси (из стран вне СНГ) большую долю в 2023 г. занимали граждане Латвии (29,5 %), Германии (15,6 %) и Китая (11,1%) [6, с. 26].

В целях повышения качества туристических услуг Беларуси в январе 2023 г. вступил в силу Указ Президента Республики Беларусь № 351 «О развитии агроэкотуризма», направленный на урегулирование деятельности в этой сфере, а также исключение возможности ведения гостиничного или ресторанного бизнеса под видом агроэкоусадеб [7]. С 1 июля 2023 г. на туристическом рынке остались только те агроусадеб, которые прошли все законодательные и административные процедуры. Основными причинами, по которым агроусадеб не прошли перерегистрацию, стали нарушение санитарно-эпидемиологических норм, требований пожарной безопасности в области архитектурной, градостроительной и строительной деятельности (самовольно возведенные постройки). Указом уточнены также требования к объектам агроэкотуризма. Они касаются ведения личного подсобного хозяйства и количества оказываемых в комплексе видов услуг – их должно быть не менее двух.

Следует отметить, что агроэкотуризм является важным и перспективным направлением в сфере услуг, особенно в сельских районах. Его развитие вносит значительный вклад в экономику региона и создает новые возможности для занятости. Нами выделено несколько ключевых аспектов, которые будут способствовать развитию агроэкотуризма в условиях цифровизации (см. рисунок). Так использование социальных сетей, туристических сайтов и специализированных платформ позволит агроэкотуристическим хозяйствам более эффективно продвигать свои услуги, привлекать клиентов и вести активный маркетинг. Например, создание виртуальных туров по фермерскому хозяйству может заинтересовать потенциальных туристов еще до их приезда. Возможность бронирования услуг и мероприятий через интернет с одной стороны упрощает процесс для туристов, а с другой снижает административные нагрузки на хозяйства. Более удобными и безопасными финансовые транзакции делают проводимые электронные платежи. Развитие мобильных приложений может помочь туристам находить интересные агроэкотуристические маршруты, получать информацию о местных фермерских продуктах, участвовать в мероприятиях и общаться с местными жителями. Внедрение новых технологий, таких как IoT (интернет вещей), позволяет фермерам более эффективно управлять своими ресурсами, улучшать качество продукции и предоставлять услуги. Туристы могут узнать об этом процессе через экскурсии и мастер-классы.



Меры цифровизации в формировании агроэкотуризма

Цифровизация открывает новые возможности для образовательных программ и стажировок в области устойчивого сельского хозяйства и экологии. Туристы могут принимать участие в курсах, вебинарах и семинарах, что способствует углубленному изучению местной культуры и традиций. Цифровые платформы помогают создавать сообщества вокруг агроэкотуризма, где туристы могут делиться опытом, отзывами и рекомендациями, что в свою очередь будет способствовать укреплению связей между фермерами и туристами, а также развитию региональной экономики.

Исходя из вышеизложенного нами сформулированы направления, отражающие роль цифровизации в развитии агроэкотуризма:

- цифровизация открывает новые горизонты для агроэкотуризма, помогая ему стать более доступным, интересным, что позволит привлечь более широкую аудиторию, включая международных туристов, при этом участники данного сектора, используя современные технологии и методы для повышения качества услуг смогут увеличить приток туристов;

- агроэкотуризм позволит решить социальные вопросы в части создания новых рабочих мест в различных областях: *сельское хозяйство*, где осуществляется уход за животными и растениями, реализация продукции; *гостиничный и ресторанный бизнес*, где увеличится потребность в обслуживающем персонале для гостиниц, кафе и ресторанов, которые будут обслуживать туристов; *экскурсоведении и аниматорстве*, поскольку популяризация культурных, образовательных и развлекательных программ требует наличия квалифицированных кадров;

- агроэкотуризм будет способствовать развитию региональной экономики, так как основная часть доходов останется в регионе от продажи местных продуктов питания и ремесленных изделий, а также расширятся возможности для бизнеса малых предпринимателей, связанный с обслуживанием туристов (магазины, экскурсионные услуги, мастер-классы и пр.); при этом используя социальные сети и платформы онлайн-бронирования будет создана возможность для малых предприятий по более эффективному продвижению своих услуг без значительных затрат;

- агроэкотуризм может быть реализован и через образовательные программы, направленные на популяризацию экологических практик, охрану природы, сохранение культурного наследия и традиций, а также внедрение новых технологий, таких как виртуальная реальность и дополненная реальность, что позволит улучшить впечатления туристов и повысить интерес к данному виду туризма;

- цифровизация с помощью систем мониторинга и аналитики для управления природными ресурсами может способствовать более эффективному управлению ресурсами, а также позволит быстро реагировать на изменения в спросе, вводить новые услуги и повышать уровень персонализации предложений для туристов;

– создание онлайн-платформ для совместной работы и обмена опытом между владельцами агроэкотуристов может привести к улучшению качества услуг и увеличению доходов;

– развитие агроэкотуризма требует активного участия частного сектора и государственных структур для привлечения инвестиций в инфраструктуру, как дороги, средства связи и объекты размещения, что также будет способствовать созданию рабочих мест.

Библиографические ссылки

1. Байбардина Т. Н., Бурцева О. А., Помаз И. В. Агроэкотуризм как перспективное направление устойчивого развития сельских регионов Республики Беларусь // Потребительская кооперация. 2024. № 2 (85). С. 18-22.

2. Морозова Н. Н. Особенности состояния занятости в туристской индустрии Республики Беларусь // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. Минск, 2023. С. 326–338.

3. Морозова Н. Н. Цифровые трансформации в туристской индустрии и их влияние на занятость в данной сфере // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 27 сент. 2024 г. / Национальное агентство по туризму; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. Минск, 2024. С. 380–391.

4. Повышение качества в сфере услуг: тенденции и приоритетные направления: научный доклад / Н.Н. Морозова [и др.]; науч. ред. Н.Н. Морозова; Ин-т экономики НАН Беларуси. Минск: Право и экономика, 2024. 94 с.

5. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belstat.gov.by/> (дата обращения: 10.09.2024).

6. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь, 2024 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Минск, 2024. 28 с.

7. Новый виток в развитии агротуризма: в районе завершилась процедура перерегистрации усадеб. Из действующих ранее 19 субъектов разрешение на дальнейшую деятельность получили десять [Электронный ресурс]. – URL: <https://osipovich-region.by/osipovich/2023/07/novyy-vitok-v-razvitii-agroturizma-v-raijone-zavershilas-proczedura-pereregistraczii-usadeb-iz-dejstvuyushhih-ranee-19-subektov-razreshenie-na-dalnejshuyu-deyatelnost-poluchili-desyat/> (дата обращения: 27.09.2024).

ВЕБ-САЙТ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

А. Н. Решетникова¹⁾, Счеснюк О. В.²⁾

*^{1), 2)}Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, olkanolik49@gmail.com*

В статье выявлены основные особенности современного использования веб-сайтов для продвижения услуг санаторно-курортных организаций Беларуси на примере санаториев высшей аттестационной категории. Представлена авторская методика и интегральная оценка сайта как элемента коммуникационного комплекса СКУ в сети Интернет, позволившая выявить лидеров с учетом визуальных, технических и информационных характеристик сайтов. К ведущим здравницам, эффективно использующим сайт как инструмент интернет-маркетинга авторами отнесены санатории «Юность», «Берёзка», «Боровое», «Лесное».

Ключевые слова: веб-сайт; интернет-активность; санаторно-курортная организация.

WEBSITE AS A MARKETING TOOL COMMUNICATIONS HEALTH AND RESORT ORGANIZATIONS

Reshetnikova A. N.¹⁾, O. V. Schesnyuk²⁾

*^{1), 2)}Belarusian State University, Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus,
olkanolik49@gmail.com*

The article identifies the main features of the modern use of websites to promote the services of sanatorium and resort organizations in Belarus using the example of sanatoriums of the highest certification category. The author's integral assessment of the site as an element of the I&C communication complex on the Internet is presented, which made it possible to identify leaders taking into account the visual, technical and information characteristics of the sites. The leading health resorts that effectively use the website as an Internet marketing tool are the sanatoriums "Yunost", "Beryozka", "Borovoye", "Lesnoe".

Keywords: Web site; Internet activity; sanatorium and resort organization.

Современное состояние отечественного санаторно-курортного комплекса характеризуется адаптацией к рыночным условиям, что проявляется в стабильной загрузке санаторно-курортных и оздоровительных учреждений, росте числа посетителей и доходов, расширении применения инструментов цифрового маркетинга.

Интернет располагает значительными возможностями для продвижения и продажи продуктов и услуг предприятий санаторно-курортного комплекса, что часто привлекает внимание специалистов к анализу интернет-активности здравниц. В настоящее время традиционные каналы распространения рекламы теряют свою эффективность, тем не менее, собственный сайт остается для санаториев важным инструментом коммуникации с потенциальными клиентами, одним из ключевых элементов интернет-маркетинга. Санатории при помощи сайтов продвигают свои услуги в сети, расширяют клиентскую базу, развивают и открывают новые каналы продаж путевок и туров, формируют положительный имидж и обеспечивают поддержку клиентов [5, с. 44]. Парадоксальным является то, что при современном развитии IT-технологий, не все санатории имеют свой собственный сайт.

Цель данного исследования - изучение интернет-активности ведущих санаторно-курортных организаций (СКО) на основе оценки функционирования их интернет-сайтов.

Характеристику веб-сайта санатория предлагается осуществлять по совокупности критериев, представленных в таблице 1. Методический подход, предложенный в работе, опирается на результаты исследований А.М. Ветитнева, Я.А. Ашкинадзе [2].

Общая характеристика критериев представлена ниже.

1. Наличие онлайн-бронирования: возможность бронирования непосредственно на сайте санаторно-курортной организации.

2. Возможность выбора способа оплаты: наличными или по карте. Наиболее распространенные способы оплаты в Интернете – кредитные и дебетовые карты: Visa, Mastercard, Мир.

3. Возможность произведения расчета в иностранной валюте: для оплаты в иностранной валюте на сайте обычно необходимо выбрать соответствующий вариант при оформлении заказа и ввести данные своей банковской карты, которая поддерживает расчет в данной валюте.

4. Предоставление скидок при бронировании через сайт: возможность получить скидку при бронировании через сайт, чаще всего посредством использования промокода, который предоставляется на сайте санатория или в рекламных акциях.

5. Возможность автоматического заполнения персональных данных позволяет пользователям внести персональную информацию в несколько кликов.

6. Информация о лечении на сайте санатория является важной для потенциальных посетителей, которые интересуются услугами санатория и планируют пребывание с целью восстановления здоровья.

7. Информация об инфраструктуре санатория на его сайте также играет ключевую роль и может быть важной для оценки условий размещения.

Таблица 1

Критерии оценки веб-сайта санаторно-курортной организации

№	Критерий	Баллы
	Бронирование	0 - 12
1	Наличие онлайн-бронирования	0 - нет, 3* - есть
2	Возможность выбора способа оплаты	0 - нет, 2 - есть
3	Возможность произведения расчета в иностранной валюте	0 - нет, 3* - есть
4	Предоставление скидок при бронировании через Интернет	0 - нет, 2 - есть
5	Возможность автоматического заполнения персональных данных	0 - нет, 2 - есть
	Информативность	0 - 15
6	Информация о лечении	0 - нет, 2 - есть
7	Информация об инфраструктуре санатория	0 - нет, 2 - есть
8	Информация о программах	0 - нет, 2 - есть
9	Информация о ценах	0 - нет, 2 - есть
10	Информация о питании	0 - нет, 2 - есть
11	Информация о персонале	0 - нет, 3* - есть
12	Новости компании	0 - нет, 2 - есть
	Удобство использования	0 - 22
13	Наличие версий сайта на других языках	0 - нет, 3* - есть
14	Наличие мобильной версии	0 - нет, 3* - есть
15	Наличие версии для слабовидящих	0 - нет, 4* - есть
16	Наличие онлайн-консультанта	0 - нет, 4* - есть
17	Наличие виртуальной экскурсии	0 - нет, 3* - есть
18	Возможность поиска по сайту	0 - нет, 2 - есть
19	Наличие контактной информации	0 - нет, 3* - есть
	Визуальная концепция	0 - 35
20	Дизайн	0-5*
21	Цветовая гамма	0-5*
22	Типографика	0-5*
23	Расположение элементов сайта	0-5*
24	Использование медиа-элементов	0-5*
25	Интерактивность	0-5*
26	Оригинальность	0-5*
	Технические возможности сайта	0 - 12
27	Адаптивность	0 - нет, 3* - есть
28	Совместимость с браузерами	0 - нет, 3* - есть
29	Скорость загрузки	0 - низкая, 3* - высокая
	Показатель суммарной оценки сайта	0-96

8. Информация об оздоровительных программах на сайте санатория является ключевым элементом убеждения потенциальных посетителей в том, что они смогут получить максимальную пользу для своего здоровья в данном медицинском учреждении.

9. Информация о ценах на сайте санатория является важным аспектом для потенциальных посетителей и во многих случаях решение принимается с учетом оценки именно этого показателя.

10. Информация о питании в санатории играет важную роль в привлечении посетителей и обеспечении им комфортного пребывания. В санаториях, ориентированных на лечение различных заболеваний, питание часто является частью комплексного подхода к оздоровлению.

11. Информация о квалификации и опыте персонала, таких как врачи, медсестры, терапевты и другие специалисты, помогает укрепить доверие потенциальных посетителей и создает уверенность в том, что забота о здоровье посетителей стоит на первом месте.

12. Информация о новостях санатория позволяет узнавать о последних изменениях, событиях и новых услугах, что может быть важным при принятии решения о выборе санатория.

13. Наличие версий сайта на других языках: для удобства посещения сайта иностранными пользователями необходимо наличие нескольких версий сайта на наиболее распространенных иностранных языках.

14. Наличие мобильной версии: версии сайта, оптимизированной для просмотра на мобильных устройствах, таких как смартфоны и планшеты, она имеет более компактный дизайн и удобную навигацию, которая позволяет быстро находить нужную информацию на маленьком дисплее смартфона.

15. Наличие версии для слабовидящих. Это специальная версия сайта, которая разработана для людей с нарушениями зрения. Целью такой версии сайта является облегчение доступа к информации для пользователей с ограничениями по зрению. Для создания версии сайта для слабовидящих используются различные технологии и методы, такие как: увеличение размера шрифта и усиление контрастности цветов, использование голосовых помощников и синтезаторов речи.

16. Наличие онлайн-консультанта. Онлайн-консультант на сайте - это инструмент, который позволяет посетителям сайта общаться с оператором или менеджером компании в режиме реального времени через чат или мессенджер.

17. Наличие виртуальной экскурсии позволяет посетителям сайта путешествовать по объекту в режиме онлайн с помощью специальных технологий дополненной реальности. Виртуальная экскурсия может быть

представлена в видео, панорамных фотографиях, 3D-моделях, которые позволяют посетителям сайта более полно изучить объект или место.

18. Возможность поиска по сайту – это функция, которая позволяет посетителям сайта быстро и удобно находить нужную информацию, используя ключевые слова или фразы размещается на каждой странице сайта в поле для ввода поискового запроса и кнопки "поиск".

19. Наличие контактной информации: сайт должен содержать полную и актуальную контактную информацию, включая адрес, телефон и адрес электронной почты и социальных сетей.

20. Дизайн: дизайн сайта должен быть привлекательным, соответствующим стилю и целям сайта.

21. Цветовая гамма: цветовая гамма сайта должна быть согласована и сочетаться с объектами и рекламой сайта.

22. Типографика: шрифты и их сочетание должны быть читаемыми и соответствовать стилю и целям сайта.

23. Расположение элементов сайта: элементы сайта должны быть расположены логично и удобно для пользователей, чтобы они могли быстро и легко найти нужную информацию.

24. Использование медиа-элементов: изображения должны быть высокого качества и соответствовать тематике и стилю сайта. Они должны уместно и не замедлить скорость загрузки страницы.

25. Интерактивность: позволяет быстро собирать отзывы от гостей и узнавать больше о потребностях и желаниях клиентов.

26. Оригинальность: сайт должен быть выгоднее и отличаться от других сайтов, чтобы привлечь внимание пользователей.

27. Адаптивность сайта — это возможности сайта подстраиваться под различные размеры и разрешения экранов.

28. Совместимость с браузерами: при разработке сайта должно учитываться, что посетители сайта используют разные браузеры, и предполагается, что сайт будет отображаться корректно во всех популярных браузерах.

29. Скорость загрузки страницы: быстрая загрузка страницы вызывает удовлетворенность пользователей и снижает вероятность отказа.

Показатель суммарной оценки сайта рассчитывается по формуле (1.1):

$$\sum a_1 + a_2 + \dots + a_{29} \quad (1.1)$$

Авторами были проанализированы веб-сайты 18 санаториев Республики Беларусь высшей аттестационной категории, которые представлены в Таблице 2.

Таблица 2

Перечень исследуемых санаторно-курортных организаций

№ п/п	Область	Наименование	Категория	Коечная мощность	Дата аттестации
Санатории					
Санатории Брестской области					
1	1	Открытое акционерное общество "Санаторий "Ружанский"	Высшая	350	22.04.21
Санатории Витебской области					
2	1	Государственное учреждение "Санаторий "Боровое" Управления делами Президента Республики Беларусь	Высшая	215	07.05.21
3	2	Республиканское санаторно-курортное унитарное предприятие «Санаторий «Лесное» Комитета государственной безопасности Республики Беларусь»	Высшая	193	07.05.21
4	3	Санаторий "Железнодорожник" обособленное структурное подразделение (филиал) транспортного республиканского унитарного предприятия "Витебское отделение Белорусской железной дороги"	Высшая	150	07.05.21
Санатории Гомельской области					
5	1	Дочернее унитарное предприятие «Санаторий «Приднепровский»	Высшая	850	10.06.21
Санатории Гродненской области					
6	1	Филиал «Санаторий «Альфа Радон» общества с ограниченной ответственностью "ТОРВЛАД»	Высшая	310	02.02.21
7	2	Филиал "Санаторий "Радон" открытого акционерного общества "Белагроздравница"	Высшая	431	20.05.21
8	3	Филиал «Санаторий «Энергетик» гродненского республиканского унитарного предприятия электроэнергетики «Гродноэнерго»	Высшая	307	24.03.22
9	4	Открытое акционерное общество "Санаторий "Озёрный"	Высшая	394	20.05.21
Санатории Минской области					
10	1	Унитарное предприятие "АСБ Санаторий Спутник"	Высшая	293	26.12.19
11	2	Филиал "Санаторий "Сосновый бор" открытого акционерного общества "Белагроздравница"	Высшая	319	02.02.21

№ п/п	Область	Наименование	Категория	Коечная мощность	Дата аттестации
12	3	Государственное учреждение "Санаторий "Юность" Управления делами Президента Республики Беларусь	Высшая	368	24.06.21
13	4	Филиал "Санаторий "Рассвет-Любань" ОАО "Белагроздравница"	Высшая	300	07.05.21
14	5	Республиканское санаторно-курортное унитарное предприятие "Санаторий "Приозерный" Управления делами Президента РБ	Высшая	460	24.06.21
15	6	Дочернее унитарное предприятие «Санаторий Криница»	Высшая	416	10.11.21
16	7	Санаторий "Березка" ЖКХ управления социального развития и жилищно-коммунального хозяйства открытого акционерного общества "Беларуськалий"	Высшая	241	24.03.22
Детские санатории					
17	1	Филиал "Детский санаторий "Случь" открытого акционерного общества "Белагроздравница"	Высшая	500	07.05.21
18	2	Филиал "Детский санаторий "Солнышко" открытого акционерного общества "Белагроздравница"	Высшая	326	07.05.21

Составлено по: [6].

В таблице представлен перечень санаторно-курортных учреждений высшей аттестационной категории в разрезе областей. Наибольшая концентрация СКО приходится на Минскую область – в ней расположено 7 санаториев высшей аттестационной категории. Далее идет Гродненская область с 4 учреждениями, затем Витебская область с 3 санаторно-курортными учреждениями, в свою очередь в Брестской и Гомельской областях располагается по 1 санаторно-курортному учреждению. Детские санаторно-курортные учреждения высшей аттестационной категории представлены только в Минской области.

По итогам анализа было выявлено, что 90% исследуемых санаторно-курортных организаций имеют собственный веб-сайт (отсутствуют сайты у детских санаториев «Случь» и «Солнышко»).

Анализ условий продаж показал, что только один санаторий «Приднепровский» предоставляет скидки при бронировании через Интернет,

что составляет 5 % от общего числа санаториев высшей аттестационной категории.

Следующий блок критериев посвящен информационной наполненности сайтов. Выявлено, что практически на всех сайтах присутствует информация о лечении, инфраструктуре санаториев, программах, ценах, питании и о новостях. Однако лишь 60% санаториев имеют на своих веб-сайтах информацию о медицинском персонале, что значительно снижает осведомленность потенциальных клиентов о качестве предоставляемых медицинских услуг в санатории.

Что касается удобства использования, только 55% исследуемых санаторно-курортных организаций имеют версию сайта на иностранных языках. Слабо представлены принципы инклюзивности в содержании сайтов: только 22% исследуемых СКУ имеют версию сайта для слабовидящих. Почти 90% санаторно-курортных учреждений не имеют возможности проведения виртуальной экскурсии на сайте, хотя для посетителей веб-сайта это может иметь решающее значение при выборе санатория. 60% исследуемых санаторно-курортных организаций не имеют такой опции, как поиск по сайту, что значительно затрудняет поиск какой-либо определенной информации.

В результате оценки критериев «визуальная концепция» и «технические возможности сайта» практически все исследуемые санаторно-курортные организации получили высокие оценки.

По результатам авторской комплексной оценки функциональных возможностей веб-сайтов лидерами рейтинга стали санатории «Юность», «Берёзка», «Боровое», «Лесное» (рисунок). Достаточно высоким потенциалом характеризуются также сайты санаториев «Альфа Радон», «Озерный», «Крыница».



Рейтинг санаториев высшей аттестационной категории по результатам комплексной оценки сайтов

Таким образом, большинство изучаемых санаториев высшей аттестационной категории активно занимается развитием своего веб-сайта. Особую роль в продвижении услуг здравниц на сайте играет его информативность, качество и актуальность такой информации, как данные о медицинском персонале, инновационных медицинских программах, уникальных оздоровительных и лечебных услугах. Важным элементом визуального наполнения сайта является виртуальная экскурсия по здравнице.

Качественное ведение сайта санатория позволяет выделиться на фоне конкурентов. Современный, профессионально разработанный и информативный сайт может создать положительное впечатление и вызвать доверие у потенциальных клиентов, что повышает вероятность выбора санатория.

Библиографические ссылки

1. *Ашкинадзе Я. А.* Совершенствование управления санаторно-курортными организациями на основе интернет-технологий: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Я.А. Ашкинадзе. Сочи, 2011. 209 с.
2. *Ветитнев А. М., Ашкинадзе Я. А.* Изучение маркетинговой интернет-активности санаторно-курортного комплекса Сочи // *Маркетинг услуг.* 2007. № 1. С. 52–58.
3. *Ветитнев А. М.* Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг: учеб.метод. пособие. М.: Финансы и статистика, 2007. 160 с.
4. Интернет-портал Санатории Беларуси / ЧНПУП Автоматизированные технологии туризма [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sanatorii.by/> (дата обращения: 15.10.2023).
5. *Кучеренко В. В.* Интернет-маркетинг : пособие; Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь. Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2020. 95 с.
6. Официальный сайт Республиканского центра по оздоровлению и санаторно-курортному лечению населения [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rco.by/> (дата обращения: 15.10.2023).

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ САНАТОРНО- КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ БЕЛАРУСИ

А. Н. Решетникова¹⁾, В. А. Третьякова²⁾

*^{1), 2)}Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, anbsu@mail.ru*

В статье рассмотрены сущность и виды интегрированных маркетинговых коммуникаций санаторно-курортной организации, а также формы их использования белорусскими здравницами. Проанализированы основные преимущества и недостатки в применении каждого из каналов коммуникации, выявлено, что в системе маркетинговых коммуникаций белорусских санаторно-курортных учреждений преобладают базовые элементы. Синтетические элементы представлены лишь отдельными направлениями (участие в выставках, брендинг), что требует их дальнейшей разработки.

Ключевые слова: интегрированные маркетинговые коммуникации; базовые и синтетические элементы маркетинговых коммуникаций; цифровой маркетинг; санаторно-курортные организации.

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS IN THE ACTIVITIES OF SANATORIUM- RESORT ORGANIZATIONS IN BELARUS

A. N. Reshetnikova¹⁾, Tretyakova V. A.²⁾

*^{1), 2)}Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, anbsu@mail.ru*

The article examines the essence and types of integrated marketing communications of a sanatorium-resort organization, as well as the forms of their use by Belarusian health resorts. The main advantages and disadvantages of using each of the communication channels are analyzed, and it is revealed that the basic elements prevail in the marketing communications system of Belarusian sanatorium-resort institutions. Synthetic elements are represented only by individual areas (participation in exhibitions, branding), which requires their further development.

Key words: integrated marketing communications; basic and synthetic elements of marketing communications; digital marketing, sanatorium; SPA organizations.

Система маркетинговых коммуникаций санаторно-курортной организации (СКО), в частности выбор каналов связи и последующее их использование, являются важной составляющей деятельности любого санаторно-курортного учреждения и способна существенно повлиять как на финансовые показатели учреждения, так и на его имидж.

Теоретическим аспектам развития системы маркетинговых коммуникаций СКО и проблемам её регулирования уделяется внимание в работах таких авторов как И.Л. Ашкинадзе, А.М. Ветитнев, А.А. Митрофанова, Салтыков В.К и др.

Особенности маркетинговых коммуникаций санатория связаны с воздействием на поведение потенциальных и реальных потребителей санаторно-курортного продукта, а также иных контактных аудиторий (СМИ, местные сообщества, государственные учреждения и др.) с учетом специфики санаторно-курортных услуг и индивидуализации транслируемых маркетинговых сообщений. Эффективное построение отношений с целевой аудиторией базируется на использовании интегрированного комплекса элементов маркетинговых коммуникаций (ИМК), каждый из которых обладает преимуществами и недостатками и выполняет определенные задачи. К базовым элементам маркетинговых коммуникаций санаторно-курортной организации относятся реклама, PR, прямой маркетинг и стимулирование сбыта, к синтетическим – брэндинг, выставочная деятельность, событийный маркетинг и продакт-плейсмент.

Особую роль в достижении максимальной эффективности ИМК в настоящее время занимает Интернет, позволяющий обеспечить одновременную массовость и индивидуализацию маркетинговых сообщений. Удобство использования сети Интернет в формировании и поддержании связей с контактными аудиториями, а также его доступность, глобальность, интерактивность и иные достоинства привели к формированию отдельного набора инструментов и каналов маркетинговых коммуникаций.

К digital-каналам передачи сообщений целевым аудиториям о бренде и услугах СКО относятся контекстная, таргетированная и медийная реклама, маркетинг в социальных сетях, рассылки маркетинговых сообщений клиентам по SMS, email и мессенджерам, контент-маркетинг и иные. Интернет может быть использован маркетинговым отделом санатория в качестве инструмента проведения маркетинговых исследований для изучения тенденций рынка санаторно-курортных услуг, поведения потребителей и опыта использования элементов ИМК конкурентами, а также в качестве инструмента продвижения бренда и реализации услуг [1].

В системе маркетинговых коммуникаций санаторно-курортных организаций **реклама** представляет собой коммерческую форму предложения

санаторно-курортных услуг и создания на них спроса посредством прямых, стандартных и массовых инструментов. К данному базовому инструменту относят следующие виды рекламы: реклама в интернете (SEO, медийная реклама, контекстная и таргетированная реклама, социальные сети и т.д.); наружная реклама; реклама на транспорте; реклама на телевидении; радио, печатная реклама.

Преимущества и недостатки использования рекламы в системе маркетинговых коммуникаций санаторно-курортных организаций отражены в Таблице 1.

Таблица 1

Реклама в системе маркетинговых коммуникаций санаторно-курортной организации

Сильные стороны	Слабые стороны
Традиционные виды рекламы (печатная и наружная рекламы, реклама на транспорте, телевидении, радио)	
1. Охват широкой аудитории. 2. Служит способом поддержания и укрепления бренда в сознании масс, а также методом создания психологической ассоциации с брендом.	1. Тенденция потери доверия к рекламе. 2. Отсутствие индивидуального подхода. 3. Сложность создания легкодоступной к восприятию рекламы, содержащей в себе всю необходимую информацию о предоставляемых услугах СКО в условиях, когда среднестатистический человек тратит на обработку рекламы не больше 3 секунд. 4. Высокий уровень рекламного шума. При высоких затратах на рекламу, замеченными остаются только 1-3% из общего числа объявлений, вывесок, видеороликов и т.д.
Реклама в Интернете	
1. Возможность корректировки рекламы в сети Интернет во времени. 2. Возможность контроля содержания сообщения рекламы, каналов передачи, времени, графика размещения. 3. Возможность трансляции маркетингового сообщения, как на массовую аудиторию, так и на отдельные сегменты потенциальных потребителей.	Реклама СКО в интернете имеет ряд серьезных ограничений. Поисковая система Яндекс запрещает рекламу, связанную с такими темами личного характера, как лечение, реабилитация и оздоровление. Потеря трафика из-за данного ограничения составляет 70 %. По этой причине некоторые санатории предпочитают позиционировать себя при продвижении в поисковой системе как место для отдыха.

Составлено по: [2-4].

Наименее востребованным видом традиционной рекламы для СКО является телевизионная, характеризующаяся высокой стоимостью и все менее значительным охватом потенциальной аудитории. Тем не менее, некоторые санатории, например, «Ружанский», используют данный канал, ориентируясь на определенный возрастной сегмент потребителей. Инно-

вационным направлением рекламы продукта санаториев в Интернете является продвижение здравниц в социальных сетях, где для белорусского рынка санаторно-курортных услуг ключевыми, наиболее активно освоенными площадками служат сети Instagram и в ВКонтакте.

Прямой маркетинг – непосредственный контакт специалиста с потенциальным покупателем (отдыхающим или корпоративным клиентом) с широким использованием компьютерных клиентских баз данных и списков для стимулирования сбыта активно используется в маркетинговой деятельности СКО. Основными формами прямого маркетинга в СКО являются: личные продажи, продажи по e-mail, продажи по телефону, продажи посредством прямого диалога в интернете в онлайн-режиме.

Личные продажи и иные формы прямого маркетинга могут осуществляться как сотрудниками санаторно-курортной организации, так и сотрудниками туристических агентств. Так, например, маркетинговый отдел санатория «Альфа-Радон» активно сотрудничает с турагентствами и проводит для них рекламные поездки для заключения новых взаимовыгодных договоров.

Рассмотрим преимущества и недостатки использования прямого маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций СКО (Табл. 2.).

Таблица 2

Сильные и слабые стороны прямого маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций санаторно-курортной организации

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Позволяет СКО создавать целевые кампании продвижения, которые охватывают аудиторию, действительно заинтересованную в их услугах. 2. Прямой маркетинг позволяет компаниям создавать персонализированные сообщения, используя данные о клиентах из CRM-систем, например, EHIS. 3. СКО, применяющие методы прямого маркетинга, могут отслеживать успех своих кампаний, анализируя количество клиентов, ответивших на рекламу, полученный доход и общую рентабельность маркетинговых инвестиций.	1. Приобретение и поддержание пригодных для использования баз данных для прямых маркетинговых кампаний требует системной работы и инвестиций. 2. Плохо проведенный прямой маркетинг может сформировать негативное мнение о СКО

Составлено по: [5; 6].

Связи с общественностью (PR) – технологии создания оптимальных взаимовыгодных отношений санаторно-курортного предприятия с целевой аудиторией посредством использования СМИ для привлечения внимания к своей деятельности и услугам не являются основным каналом продвижения в отрасли, однако некоторые здравницы, как правило, премиум-класса, используют данное направление.

К инструментам PR можно отнести:

- Пресс-релизы, пресс-конференции и брифинги для публикаций в профильных изданиях;
- Экспертные комментарии представителей СКО;
- Съёмки сюжетов, проведение интервью, участие в ток-шоу;
- Участие в профильных мероприятиях и проектах: конференциях, митапах, подкастах, круглых столах. Так бренд показывает свою экспертность и повышает доверие аудитории.
- Спонсорство мероприятий. Посетители мероприятия видят брендированное оформление, получают подарки от спонсора. Таким образом растёт узнаваемость и лояльность потребителя бренда.
- Сотрудничество с такими туристскими площадками, как Holiday.by, Vetliva.by и Sanatorii.by;
- Мероприятия социального и благотворительного направления и т.д. [31], [52].

Так, начальник отдела маркетинга и директор санатория «Ружанский» выступали в качестве гостей в программе «Новое утро» на канале РТР-Беларусь, где дали экспертные комментарии о плюсах санаторного отдыха. Интервью различной тематики в новостных порталах были представлены санаториями «Криница», «Альфа-Радон», «Юность», «Солнечный берег», «Серебряные ключи», «Рассвет-Любань», «Плисса» и многими другими.

Преимущества и недостатки использования PR в системе маркетинговых коммуникаций СКО отражены в Таблице 3.

Таблица 3

Сильные и слабые стороны PR в системе маркетинговых коммуникаций санаторно-курортной организаций

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Способствует формированию и поддержанию положительного имиджа СКО. 2. Позволяет охватить большую аудиторию. 3. Способствует формированию доверительного отношения к СКО. 4. Относительно низкие издержки. 5. Возможность обеспечения целевой аудитории достоверной информацией из первоисточника.	1. Эпизодический характер коммуникаций с общественностью. 2. Отсутствие гарантий формирования позитивного отношения к СКО и его услугам.

Составлено по: [5, 7].

Стимулирование сбыта – комплекс мер стимулирующего характера, предназначенных для поощрения приобретения санаторно-курортных услуг, выраженный в форме скидок, в том числе сезонных, скидок для

определенных категорий граждан и постоянных клиентов, скидок по случаю дня рождения и др., специальных предложений клиентам, продажи услуг в кредит, подарков и т.д.

Большое количество белорусских СКО предоставляют скидки различного рода: скидки при условии раннего бронирования, скидки по программам лояльности и т.д. Санаторий «Плисса» имеет четыре программы лояльности, предоставляющих скидки в зависимости от количества ночей (20 ночей – 3%, 50 ночей – 5%, 70 ночей – 7%, индивидуальное количество ночей – 15% соответственно). В санатории «Альфа-Радон» акционные предложения и размер скидки зависят, в том числе, от банковской карты, которой отдыхающий оплачивает свою путевку.

Рассмотрим преимущества и недостатки использования инструмента стимулирования сбыта в системе маркетинговых коммуникаций СКО (Табл. 4.).

Таблица 4

Сильные и слабые стороны стимулирования сбыта в системе маркетинговых коммуникаций санаторно-курортной организации

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Большая вероятность непосредственного контакта с целевой аудиторией. 2. Большое разнообразие методов стимулирования сбыта. 3. Имеет явное побуждение к совершению покупки услуги, предлагая какую-либо уступку или льготу, имеющую ценность для потребителя.	1. Возможная необходимость занижения розничной стоимости товара. 2. Вероятность уменьшения численности отдыхающих в течение года из-за ожиданий скидок и акций. 3. Краткосрочный эффект.

Составлено по: [4, 7, 8].

Брэндинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций СКО – это совокупность маркетинговых мероприятий по управлению, созданию, распространению, сохранению и развитию бренда санаторно-курортного предприятия, а также закреплению долгосрочных отношений с потребителем.

Бренд – это своего рода торговая марка с устоявшимся имиджем. Принадлежность продукта СКО к сфере услуг создает сложность для потребителя в оценке качества и стоимости предоставляемых санаторием услуг. С учетом широкого предложения санаторно-курортных комплексов, предлагающих разнообразные пакеты услуг по схожим ценам, потребители зачастую испытывают сложности при выборе. Брэндинг помогает решить эту проблему: он используется маркетологами для идентификации продукта или услуги конкретного производителя, чтобы отличаться от

конкурентов. Совершенствование СКО своего бренда как идентификационной основы позволяет создать набор визуальных знаков, несущих смысловую нагрузку (изображение, оттенок, товарный знак, рисунок и т.д.), которые позволяют установить ассоциацию между определённым брендом и его клиентами. Данные ассоциации играют значительную роль в процессе совершения выбора в пользу определенного санатория или его конкурента.

Например, минеральная вода как один из ведущих лечебных факторов в санаториях «Боровое», «Нарочанский», «Лётцы» и «Лесное» используется не только в комплексе лечебно-оздоровительных программ, но и для продажи в розничной сети. Производство и продажа бутилированной минеральной и питьевой воды позволяет не только выделиться среди конкурентов и расширить узнаваемость бренда, но и повысить его ценность, создавая ассоциацию с санаторием, как с организацией, которая заботится о здоровье не только своих клиентов, но и населения страны в целом.

Рассмотрим преимущества и недостатки использования брэндинга в системе маркетинговых коммуникаций СКО (Табл. 5).

Таблица 5

Сильные и слабые стороны брэндинга в системе маркетинговых коммуникаций санаторно-курортной организации

Сильные стороны	Слабые стороны
1.Создание осведомленности о брэнде санатория. 2.Обеспечение идентичности и дифференциации продуктов и услуг. 3.Брендинг улучшает имидж и деловую репутацию СКО. Таким образом, санаторий может устанавливать премиальную цену на услуги. 4.Сильный бренд создает барьер на рынке и отпугивает новых конкурентов. 5.Устоявшийся бренд помогает СКО легко вывести на рынок новые продукты или услуги благодаря большому количеству лояльных клиентов.	1.Требует больших финансовых вложений. 2. Необходимо проведение специальных маркетинговых исследований. 2.Требует много времени для ощутимого результата.

Составлено по: [9-11].

Оригинальное для санаторно-курортной сферы направление брэндинга использует Санаторий «Ружанский», позиционируя себя как SPA-курорт «Ружанский» или «Ружа хутор». Санаторий использует созвучное название широко известного российского курорта в городе Сочи «Роза хутор». Такой инструмент брэндинга как мимикрия широко распространен в отраслях материального производства и представляет собой подражание признанным брендам в той или иной сфере. Мимикрия позволяет сократить затраты на брэндинг и привлечь внимание контактных аудиторий,

например, СМИ или лояльной клиентуры оригинального бренда, в данном случае – российских туристов.

Выставочные мероприятия занимают особое место среди средств и приемов маркетинговых коммуникаций санаториев, предоставляя экспонентам уникальные возможности одновременного распространения и получения широкого спектра экономической, организационной и коммерческой информации. Выставку в более широком смысле можно рассматривать как большое и полное информирование потенциальных потребителей, демонстрацию достижений, рекламу и инновацию. (Табл. 6).

Главным туристическим выставочным мероприятием в Беларуси является выставка «Отдых». Польза участия для санаториев заключается в том, что СКО получает возможность рекламы своих услуг, встреч с партнерами и налаживания новых деловых контактов. Программа, помимо самого выставочного процесса, предусматривает презентации, круглые столы, семинары по наиболее актуальным проблемам туристической отрасли.

Подобного рода выставки имеют широкую международную практику, например, международная выставка MedTravelExpo в России, Health Tourism & Services Expo в Бангладеш, The International Mediterranean Tourism Market (IMTM) в Израиле, International Tourism Exhibition в Тайване и многие другие.

Таблица 6

Сильные и слабые стороны выставочной деятельности в системе маркетинговых коммуникаций санаторно-курортной организации

Сильные стороны	Слабые стороны
1.Возможность демонстрации потребителям новых пакетов услуг. 2.Незамедлительно получение обратной реакции. 3.Способ заявить о себе. 5.Аналитика выставочно-ярмарочных мероприятий позволяет избежать дорогостоящих маркетинговых исследований.	1.Дороговизна участия. 2.Денежные риски и возможность неоправданности вложений. 3.Требует профессиональной подготовки кадров.

Составлено по: [8, 13].

Событийный маркетинг – это комплекс мероприятий, направленных на продвижение бренда санатория с помощью таких событий, как конференции, концерты, фестивали, корпоративы, презентации, тренинги, тимбилдинги и т.д.

Мероприятия не только способствуют формированию лояльности аудитории к организации и ее бренду, но и создают «вирусный эффект», тем самым выполняя функцию рекламы и сокращая иные затраты на продвижение.

Событийный маркетинг применим в решении целого ряда задач, стоящих перед отделом маркетинга санаторно-курортной организации, например:

- Повышение узнаваемости бренда СКО;
- Повышение уровня лояльности клиентов;
- Реанимирование клиентской базы санатория;
- Демонстрация новых услуг;
- Стимулирование продаж и др.

Ведущие отечественные санатории принимают активное участие в отраслевых событийных мероприятиях, например, в Международном Конгрессе Спа и Веллнесс, который проходил в Минске уже дважды, последний раз - в минском отеле «Пекин» в сентябре 2023 года. Международный Конгресс ежегодно собирает лидеров индустрии СПА и велнес более чем из 15 стран мира и является ведущей площадкой для делового общения и обмена опытом для игроков рынка стран СНГ. Главным победителем премии «Perfect SPA» в рамках данного конгресса в 2016 г. стал санаторий «Альфа Радон», спа-центр санатория «Юность» стал победителем премии «Perfect SPA -2015». Важную роль для продвижения здравниц играют и отраслевые ивенты национального уровня. Так, санаторий «Приозерный» был удостоен премии Республиканского туристического конкурса «Познай Беларусь» в номинации «Санаторий года» в 2023г.

Отдельным направлением продвижения и диверсификации услуг здравниц является развитие предложения в сегменте МІСЕ-туризма и использование конгресс-центров и комплексов услуг гостеприимства санаториев для организации деловых форумов, конференций, обучающих школ, площадок для ко-воркинга и др.

Рассмотрим преимущества и недостатки использования инструментов событийного маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций СКО (Табл.7.).

Таблица 7

Сильные и слабые стороны событийного маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций санаторно-курортной организации

Сильные стороны	Слабые стороны
1.Эффективный способ налаживания взаимоотношений с потенциальными партнёрами и клиентами. 2.Способствует повышению узнаваемости бренда 3.Мгновенная ответная реакция.	1.Отдаленность СКО от города, что может затруднить посещение мероприятия. 2.Вероятность низкой окупаемости финансовых вложений. 3.Необходимость в дополнительном обучении сотрудников, найме специалистов по организации мероприятий или сотрудничестве с ивент-агентством.

Составлено по: [8, 12].

Продакт-плейсмент в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций здравниц может осуществляться через показ или упоминание санаторно-курортного комплекса в фильме, передаче, сериале и т.д.

Существует несколько видов продакт-плейсмента по формату присутствия в произведении: визуальный (размещение в кадре), вербальный (словесное упоминание), динамический (непосредственная демонстрация использования) и формат, при котором имя брэнда используется в самом названии произведения. Использование данного инструмента в национальной практике продвижения здравниц не получило широкого применения (Табл. 8).

Таблица 8

Сильные и слабые стороны продакт-плейсмента в системе маркетинговых коммуникаций санаторно-курортной организации

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Ненавязчивость в отличие от обычной рекламы. 2. Возможность создания необходимого имиджа санатория. 3. Неограниченный срок действия. 4. Создание ассоциации брэнда с фильмом, сериалом, звездой и т.д., что может быть использовано для продвижения.	1. Зачастую выход фильма, сериала или передачи затягивается на месяцы, а иногда, годы с начала съемок. 2. Отсутствие возможности повторения. 3. Высокая цена размещения рекламы санатория и его услуг. 4. Отсутствие гарантии запоминания брэнда у зрителей. 5. Невозможность сбора аналитики.

Составлено по: [13; 14].

Использование санаториями продакт-плейсмента – нередкое явление, например, для российского рынка. Санаторий «Нижняя Ореанда» стал площадкой для съемок сериала «Большой артист», аналогичным образом в кинематографе появлялись российские санатории «Введенское», «Валуево», «Южное взморье», «Узкое», «Центросоюз-Кисловодск» и другие. Вышедший в 2023 году художественный фильм «Чебурашка» с более чем 20 миллионами зрителей за первый месяц показа в российских кинотеатрах, привлек внимание потенциальных потребителей и СМИ к курортным зонам Сочи, Пятигорска, Кисловодска, Ессентуков и Подмосковья, в особенности к сочинскому санаторию «Орджоникидзе». Подобный положительный опыт может быть полезен и для белорусских здравниц и курортных дестинаций.

Таким образом, организация эффективной системы маркетинговых коммуникаций – это неотъемлемое требование рынка к санаторно-курортным предприятиям. Очевидно, что все элементы комплекса маркетинговых коммуникаций обладают сильными и слабыми сторонами, однако грамотное сочетание как базовых, так и синтетических элементов при

взвешивании возможных рисков позволит достичь максимальной результативности в продвижении бренда санаторно-курортного комплекса и его услуг. В продвижении большинства белорусских здравниц на современном этапе доминируют базовые элементы, что требует проведения дополнительных маркетинговых исследований и более активного вовлечения синтетических элементов в комплекс маркетинговых коммуникаций санаториев.

Библиографические ссылки

1. *Ветитнев А. М., Ашкинадзе Я. А.* Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг: учеб.-метод. пособие. Москва: Финансы и статистика, 2007.
2. *Перов Д. В.* Интернет-маркетинг в санаторно-курортном комплексе [Электронный ресурс] // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-marketing-v-sanatorno-kurortnom-komplekse/viewer> (Дата обращения: 21.10.2023).
3. Реклама санатория в интернете: подводные камни [Электронный ресурс] // HoReCa. URL: <https://www.horeca-magazine.ru/article/5927/> (дата обращения: 25.10.2023).
4. *Салтыков В. К.* Политика продвижения и стимулирования сбыта санаторно-курортного продукта // Вестник ГУУ. 2012. № 9 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politika-prodvizheniya-i-stimulirovaniya-sbyta-sanatorno-kurortnogo-produkta> (дата обращения: 17.10.2022).
5. *Фил Барден.* Взлом маркетинга: наука о том, почему мы покупаем. Москва, 2021.
6. Преимущества и недостатки прямого маркетинга [Электронный ресурс]. URL: <https://studfile.net/preview/7441027/page:26/> (дата обращения: 25.10.2022).
7. *Аксенова О. Н., Швец Е. В.* Основные направления информационно-коммуникационной деятельности в рекреационно-оздоровительных учреждениях [Электронный ресурс] // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект, (22), 80–85 с. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-informatsionno-kommunikatsionnoy-deyatelnosti-v-rekreatsionno-ozdorovitelnyh-uchrezhdeniyah/viewer> (Дата обращения: 18.10.2022).
8. Маркетинговые коммуникации // Маркетинг и экономика [Электронный ресурс]. URL: <https://marketing-now.ru/osnovyi-marketinga/marketingovyye-kommunikatsii/> (дата обращения: 14.10.2023).
9. *Демченко С. Г., Юсупова Г. Р.* Особенности брендинга в сфере услуг [Электронный ресурс] // Russian Journal of Economics and Law. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-brandinga-v-sfere-uslug> (дата обращения: 12.11.2022).
10. Узнаваемость бренда: как ее измерить и увеличить [Электронный ресурс] // Segmento. URL: <https://segmento.ru/blog/kak-eto-rabotaet/uznavaemost-brenda-kak-ee-izmerit-i-uvelichit/> (Дата обращения: 18.02.2023).
11. *Makhliyo Salakhiddinovna Aripova.* Importance of branding in hotel business [Электронный ресурс] // Scientific progress. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/importance-of-branding-in-hotel-business> (дата обращения: 03.11.2022).

12. *Старкова Н. О., Рзун И. Г.* Вирусный маркетинг в продвижении рекреационных услуг // Актуальные вопросы экономических наук. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virusnyy-marketing-v-prodvizhenii-rekreatsionnyh-uslug> (дата обращения: 21.11.2022).

13. *Ярдякова И. В., Омаркожаева А. Н.* Особенности маркетинга в деятельности санаторно-курортных учреждений // Вестник национальной инженерной академии Республики Казахстан. 2020. № 1. С. 179.

14. Product placement, или скрытая реклама: что это, какая она бывает и насколько она эффективна // Skillbox Media. [Электронный ресурс]. URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/product-placement-ili-skrytaya-reklama-cto-eto-kakaya-ona-byvaet-i-naskolko-ona-effektivna/> (Дата обращения: 02.03.2023).

СОВРЕМЕННЫЕ СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ БЕЛОРУССКОГО РЫНКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

А. Н. Решетникова¹⁾, А. В. Шаройкина²⁾

^{1), 2)}Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, anbsu@mail.ru

В статье выявлены современные особенности рынка экологического туризма Республики Беларусь. Проанализирована структура и степень дифференциации продукта экологического туризма на уровне ключевых участников рынка: природоохранных предприятий на базе национальных парков и Березинского заповедника, заказников республиканского значения, государственных охотничьих хозяйств, агроусадеб.

Ключевые слова: особо охраняемые природные территории; туристский продукт; экологический туризм; национальный парк, заповедник; туристский потенциал.

MODERN STRUCTURAL FEATURES OF THE BELARUSIAN ECOTOURISM MARKET

A. N. Reshetnikova¹⁾, A. V. Sharoikina²⁾

^{1), 2)}Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus, anbsu@mail.ru

The article defines the modern features of the ecotourism market of the Republic of Belarus. The structure and degree of differentiation of the ecotourism product at the level of key market participants are analyzed: environmental protection enterprises based on national parks and the Berezinsky Reserve, reserves of republican significance, state hunting farms and agricultural estates.

Key words: specially protected natural areas; tourism product; ecological tourism; national park, nature reserve; tourist potential.

Возможности организации отдыха и туризма в экологически чистой среде на базе природных ландшафтов обретают особую актуальность на современном этапе под воздействием факторов эпидемиологического, политического, техногенного характера. Продукт экологического туризма становится с каждым годом все более популярным и востребованным на рынке. В Беларуси экотуризм является перспективным направлением, так как страна обладает значительным природным потенциалом, кроме того

согласуется с Национальной стратегией устойчивого развития, где рациональное использование природных ресурсов, включая рекреационные, представляет собой важную социальную, экономическую и экологическую задачи. Целью данного исследования является изучение современных структурных особенностей развития рынка экологического туризма Республики Беларусь.

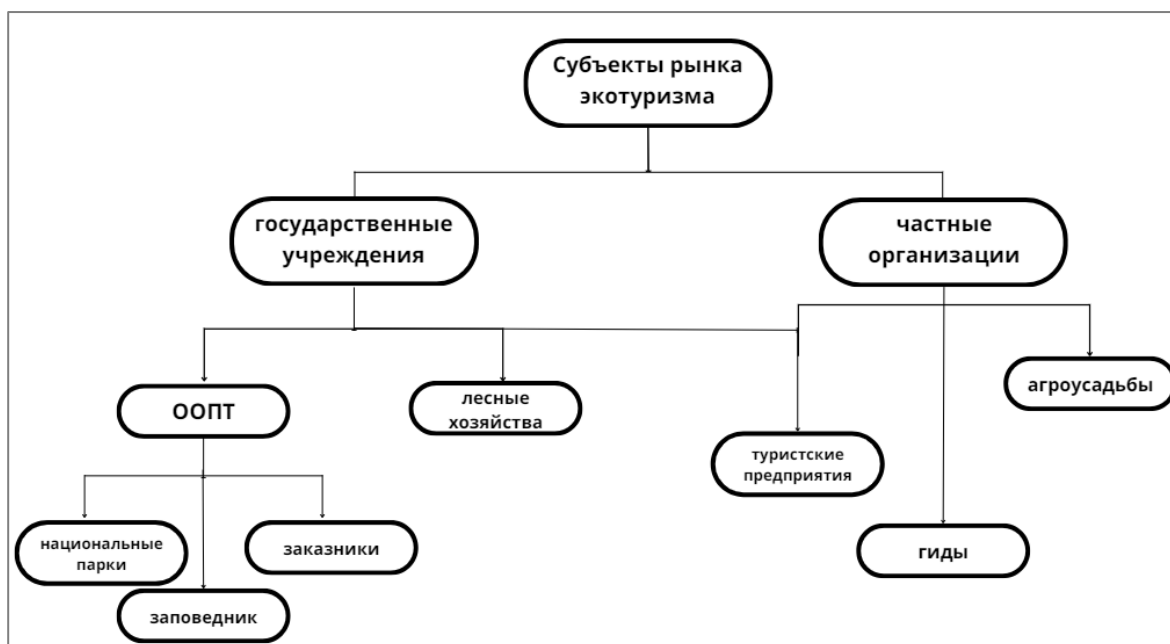
Рост внутреннего туризма в Беларуси в последние годы особенно активно проявляется в сфере экологического туризма. Основными центрами привлечения экотуристов являются особо охраняемые природные территории (ООПТ). В 2019 г. количество туристов на ООПТ Беларуси составило более 710 тыс., в том числе более 6 тыс. иностранных граждан из России, Литвы, Латвии, Польши, Грузии, Италии, Финляндии, Германии и других стран. Выручка от реализации туристских услуг составила 12 млн. руб., из них основная часть (11,6 млн руб.) приходится на Березинский биосферный заповедник и национальные парки («Беловежская пуща», «Припятский», «Браславские озера», «Нарочанский»), более 0,4 млн руб. – на заказники [1]. На белорусских ООПТ осуществляется разнообразная туристская деятельность, предлагаются экскурсии и туры продолжительностью от 1 до 10 и более дней, конные, велосипедные и пешие маршруты, сплавы на байдарках, орнитологические программы, тематические фестивали.

На рынке экотуризма представлены предложения как государственных организаций (государственные природоохранные учреждения, туроператоры), так и частных компаний, развиваются элементы государственно-частного партнерства.

Основными субъектами белорусского рынка экотуризма являются:

- государственные природоохранные учреждения (ГПУ), предлагающие экотуристский продукт на основе потенциала особо охраняемых природных территорий. В большинстве ГПУ есть отделы туризма, которые занимаются созданием и продвижением турпродукта экологического туризма, сотрудничают с турагентствами;
- специализированные туроператоры, например, «Экосистема туризма», «Поход в народ», «Турклуб Активный», «ЭкотурБай»;
- лесные хозяйства, которые в перспективе могут принимать более активное участие в формировании экотуристского продукта Беларуси;
- агроусадьбы, число которых составило 3150 в 2022 г. [2]. Агроусадьбы, расположенные в регионах ООПТ, предлагают, помимо услуг размещения и питания, также посещение природных территорий, экскурсии по экотропам, походы, наблюдение за животными в среде их обитания, сплавы на байдарках и т.д.

Основные субъекты белорусского рынка экотуризма отражены на рисунке.



Основные субъекты рынка экотуризма Беларуси

Наблюдаются определенные отличия в деятельности субъектов рынка экотуризма Беларуси по формированию турпродукта.

Государственные природоохранные учреждения, созданные на основе ООПТ, формируют турпродукт с использованием инфраструктуры соответствующих ООПТ, что сокращает себестоимость услуг, упрощает создание необходимых условий для туристов, делает их путешествие более комфортным. Цены на услуги ГПУ (проживание, экскурсионное обслуживание, прокат снаряжения и др.) во многих случаях ниже, чем у частных туристских компаний. ГПУ пользуются поддержкой государства, которая выражается в оказании финансовой помощи в развитии инфраструктуры, продвижении продукта экотуризма и др.

Частные туристские предприятия при формировании турпродукта имеют значительный выбор объектов размещения, питания и экскурсий, при этом большая часть услуг предоставляется иными организациями на основе договоров с транспортными компаниями, ГПУ, субъектами агроэкотуризма, объектами общественного питания. У частных предприятий больший выбор дестинаций, в то время как ООПТ ограничены собственными ресурсами и достопримечательностями региона.

Агроусадьбы, помимо размещения и питания, предлагают экскурсии, прогулки пешком, на велосипедах, лошадях, сплавы на байдарках и пло-

тах, катание на квадроциклах, кулинарные мастер-классы, общение с домашними животными или контактный мини-зоопарк и др. Большое количество агроусадоб находится на территориях, прилегающих к ООПТ. Так, в Браславском районе (регион национального парка «Браславские озера») в 2022 г. действовало 323 из 700 усадоб Витебской области (46 %). Гостям агроусадоб предлагаются разные виды активностей в зависимости от специализации:

- активный отдых (катание на лодках, велосипедах, сплавы на байдарках, экскурсии по местным достопримечательностям);
- семейный отдых (знакомство с белорусской кухней, прогулки в лесу, сбор ягод и грибов, купание в озере, развлечения для детей, еда из экологически чистых деревенских продуктов, сувениры);
- знакомство с уникальными белорусскими традициями и бытом сельских жителей.

Важным элементом природно-рекреационного потенциала страны являются территории заказников, включающие уникальные природные ландшафты, геологические и гидрологические объекты, редких и интересных представителей флоры и фауны, которые выступают в качестве ресурсного потенциала развития экологического туризма. [3]. Министерством природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь определен перечень из 39 ООПТ, перспективных для развития туризма, куда наряду с национальными парками входят 35 заказников республиканского значения.

В таблице 1 приведены основные структурные элементы турпродукта заказников Республики Беларусь.

В около 80 % заказников предлагается прокат туристского снаряжения, велосипедов, байдарок, беседок для отдыха и т.д., это наиболее распространенный вид дополнительных услуг. Услуга проживания в стационарных средствах размещения предлагается только в 16 из 27 заказников: «Званец», «Селява», «Смычок», «Днепро-Сожский», «Выдрица», «Средняя Припять», «Ольманские болота», «Прибужское Полесье», «Простырь», «Споровский», «Лунинский», «Ельня», «Болото Мох», «Синьша», «Красный Бор», «Освейский». В большинстве заказников предлагаются водные, пешие, велосипедные путешествия по экотуристским маршрутам. Только в 7 заказниках предлагается услуга наблюдения за животными («Выгонощанское», «Озеры», «Споровский», «Ельня», «Болото Мох», «Освейский», «Браслав-Ричи»), лишь в 2 заказниках предлагается как услуга экотуризма фотоохота («Прибужское Полесье», «Браслав-Ричи»).

Экологические акции упоминаются в рекламно-информационных материалах 2 заказников («Озеры» и «Налибокский»). Только около 50 %

заказников организуют природоведческие экскурсии как форму экотуризма.

Таблица 1

Экотуристский продукт заказников Республики Беларусь

Вид услуг	Заказники
Прокат спортивного и туристского снаряжения	«Званец», «Сорочанские озера», «Липичанская пуца», «Озеры», «Смычок», «Днепро-Сожский», «Выдрица», «Средняя Припять», «Ольманские болота», «Прибужское Полесье», «Споровский», «Лунинский», «Ельня», «Болото Мох», «Долгое», «Козьянский», «Синьша», «Красный Бор», «Освейский», «Корытенский мох», «Браслав-Ричи»
Проживание	«Званец», «Селява», «Смычок», «Днепро-Сожский», «Выдрица», «Средняя Припять», «Ольманские болота», «Прибужское Полесье», «Простырь», «Споровский», «Лунинский», «Ельня», «Болото Мох», «Синьша», «Красный Бор», «Освейский»
Детский центр	«Свитязянский»
Эколого-просветительский центр	«Званец», «Озеры», «Споровский», «Ельня», «Болото Мох»
Туристские стоянки	«Сорочанские озера», «Долгое», «Браслав-Ричи», «Налибокский», «Голубые озера», «Озеры»
Организация походов	«Липичанская пуца», «Озеры», «Прибужское Полесье», «Корытенский мох», «Браслав-Ричи»
Организация природоведческих экскурсий	«Выгонощанское», «Котра», «Озеры», «Днепро-Сожский», «Средняя Припять», «Ольманские болота», «Простырь», «Споровский», «Ельня», «Болото Мох», «Долгое», «Освейский», «Налибокский»
Полевая баня	«Липичанская пуца», «Выдрица», «Синьша», «Красный Бор»
Наблюдение за животными (и/или тропление их следов)	«Выгонощанское», «Озеры», «Споровский», «Ельня», «Болото Мох», «Освейский», «Браслав-Ричи»
Услуги гида	«Смычок», «Днепро-Сожский», «Выдрица», «Корытенский мох»
Проведение фотоохоты	«Прибужское Полесье», «Браслав-Ричи»
Экологические акции	«Озеры», «Налибокский»
Организация сбора грибов и ягод	«Прибужское Полесье», «Браслав-Ричи»

Составлено по: [4].

Из особенностей структуры турпродукта экологического туризма заказников можно отметить «Налибокский» (питомник по воспроизводству птиц тетеревиных пород, 3D-тур по заказнику на вебсайте), «Красный

бор» (музей партизанского быта), «Выдрица» (дом Деда Мороза), «Свитязянский» (развлекательные программы для детей), «Мозырские овраги» (тематические мероприятия, посвященные средневековью) «Прибужское Полесье» (музей Космонавтики). Заказники отстают от национальных парков по масштабам и разнообразию оказываемых экотуристских услуг. Наиболее дифференцированной структурой предложения отличаются заказники «Ельня», «Озеры», «Споровский», «Красный бор», «Налибокский», «Прибужское Полесье».

Стоит отметить, что в рекламно-информационных материалах многих ООПТ предлагается охота и рыбалка, что противоречит концепции экологического туризма, в основе которой – охрана растительного и животного мира, минимальное воздействие человека на экосистемы.

Проанализировав предложения основных ООПТ, можно сделать вывод, что в сфере белорусского экотуризма в последние годы появились новые направления, например, экскурсии по болотам, в том числе экстремальные, обучение дайвингу. Среди туристов очень популярны сплавы на байдарках, каяках и пешие походы, веломаршруты. В зимнем сезоне на ООПТ проводятся лыжные туры по наблюдению за дикими животными. В различных формах проводится экопросвещение туристов.

У белорусского лесного фонда значительный потенциал для развития экотуризма. Лесохозяйственные учреждения могут стать важными субъектами организации экотуризма. На данный момент в лесном хозяйстве экотуризм сочетается с охотничьим туризмом и рыбалкой [4].

Охотничье хозяйство в Беларуси ведет 81 лесохозяйственное учреждение, среди которых 78 хозяйств предлагают туруслуги (в основном охота и рыбалка). В 54 хозяйствах создано 70 турмаршрутов. При этом в настоящее время объем предоставляемых экотуристских услуг, не имеющих отношения к охоте, незначителен. Например, в 2017 году во всех лесхозах выручка от экотуризма составила около 100 тыс. рублей, или около 46 тыс. евро. В некоторых хозяйствах выручка от экотуризма уменьшалась в то время, как росли доходы от охотничьего туризма. Соотношение доходов от экотуризма и организации охоты представлено в таблице 2 на примере Брестского лесохозяйственного учреждения.

Таблица 2

Выручка от охоты и экотуризма в Брестском лесохозяйственном учреждении в 2017-2019 гг., тыс. руб.

Объем выручки от направления деятельности	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Охота	631	699	812
Экотуризм	15	14	3

Источник: [5].

Материалы таблицы свидетельствуют о том, что в Брестском лесохозяйственном учреждении выручка от экотуризма незначительна по сравнению с выручкой от охоты, причём она уменьшалась с каждым годом в то время, как доходы от охоты росли. Таким образом, леса на данный момент используются в основном для промысловых видов занятий. В некоторых лесных хозяйствах проводится информационно-просветительская деятельность. Например, в ГЛХУ «Лидский лесхоз» на территории памятника природы местного значения (парк «Горни») построили экологический образовательный центр, цель которого – создание необходимых условий для развития экологического туризма и содействие устойчивому использованию лесов и управлению ими, помощь в сохранении уникального дендропарка.

Примеры предложения экотуров частных туристских компаний Беларуси представлены в таблице 3.

Таблица 3

Экотуристский продукт частных туроператоров Республики Беларусь

Туроператор	Экотуристский продукт
ЧТУП «Экосистема туризма»	Фотоохота, орнитологические туры, походы, сплавы на байдарках, наблюдения за животными с посещением Березинского биосферного заповедника, национального парка (НП) «Припятский», заказники «Налибокская пушча», «Ельня», велотуры, индивидуальные туры, катание на электробайках и лыжах в зимний сезон
ЧТУП «Фолк-приключения» («Поход в народ»)	Активный отдых по всей Беларуси, в том числе сплавы, велотуры, «бердвотчинг» (наблюдение за орланом-белохвостом, скопой, серым журавлем, большим крохалем, глухарями и т.д.), сафари, туры в заказники «Ельня», «Налибокская пушча», НП «Браславские озёра», «Припятский», «Беловежская пушча», заповедник «Березинский»; тур по наблюдению за звёздами, грибные туры, тур в белорусскую зону отчуждения (Полесский радиологический заповедник); предлагаются «фолк» туры с выпечкой хлеба, изготовлением косметики, сбором трав
ИП Мартишонок А.Л. («Ельня трип»)	Авторские туры разной сложности в заказник «Ельня» на 1-2 дня с ночевкой в палатках. Услуги профессиональной фото- видеосъемки путешествия
«Турклуб Активный»	Пешие походы, конные и автотуры в заказник «Ельня», «Сорочанские озера», «Голубые озера», «Острова Дулебы», «Еленка», Поозерье, уникальные пешие туры по небольшим озерам (Гремячее, Бездонка). Большое количество туров по необычным и малоизвестным местам Беларуси
ОДО «Винополь»	Познавательные туры с элементами природоведческих экскурсий: посещение Беловежской пушчи, Березинского заповедника, озер Литовка, Свитязь

Туроператор	Экотуристский продукт
Частное научно-производственное унитарное предприятие «Автоматизированные технологии туризма»	Природоведческие экскурсии, организация сафари-туров, туры по ООПТ Республики Беларусь
ООО «Экотур-6»	Туры по ООПТ: НП «Беловежская пуща», «Нарочанский», заказник «Ельня» с посещением достопримечательностей поблизости
ЧТУП «Трэвэл Лаб»	Туры в заказник «Ельня»
ООО «ЗефирТревел»	Туры в Березинский заповедник, сафари-тур по Налибокской пуще
ООО «TEZ TOUR»	Туры в НП «Беловежская пуща», заповедник «Березинский»
ООО «Травел эдженси бай»	Экоэкскурсии по заказнику «Ельня» и заповеднику «Березинский», НП «Беловежская пуща»
ООО «Богемия Трэвел»	Туры в НП «Беловежская пуща»

Количество туроператоров, предлагающих экологические туры по Беларуси, достаточно большое, однако, лишь около 5-7 компаний на рынке имеют дифференцированный продукт и рассматривают экотуризм как основной вид деятельности. Среди предприятий с наиболее разнообразным экотуристским продуктом, можно выделить компании «Экосистема туризма», «Фолк-приключения», «Ельня трип», «Турклуб Активный». В структуре предложения указанных предприятий преобладают путешествия по ООПТ, а также этнокультурный компонент (знакомство и изучение туристами культуры, обычаев, образа жизни местных жителей, особенностей традиционного природопользования). Специализированный турпродукт подобных предприятий является нишевым.

Большая часть государственных (РУП «Центркурорт») и частных туроператоров, например, «Трэвэл Лаб», «TEZ TOUR», «Травел эдженси бай», «ЗефирТревел» предлагают экскурсионные экотуры для массового потребителя по НП «Беловежская пуща» и «Нарочанский», Березинскому заповеднику, заказникам «Ельня» и «Налибокская пуща». Данные ООПТ наиболее активно задействованы туристскими компаниями в организации маршрутов экотуризма и природоведческих экскурсий.

Таким образом, для предприятий со стратегией дифференциации на сегменте экотуризма, помимо природоведческих экскурсий, наиболее характерны следующие виды деятельности: «фотоохота», наблюдение за животными (в т.ч. «бердвотчинг»), тропление следов животных, органи-

зация сплавов, пеших, велотуров по ООПТ, ознакомление с особенностями народной культуры и традиционными формами природопользования в посещаемом регионе. Экотуристский продукт крупных диверсифицированных туроператоров, которые ориентированы на привлечение и обслуживание массового потребителя, представляет собой однодневные экскурсии в национальных парках, заповеднике и заказниках Беларуси.

Сегмент «массовый потребитель» включает в основном семьи с детьми, организованные группы школьников, студентов, иных корпоративных клиентов (работники предприятий). Группы учащихся чаще всего совершают поездки на 1-2 дня в выходные дни или во время каникул. Внимание стоит уделить и работникам различных предприятий. Они также могут совершать корпоративные туры, в основном, в выходные дни.

Заметна тенденция увеличения числа женщин (как с детьми, так и путешествующих без детей в составе сборных групп) среди экотуристов. По оценкам турагентств, белоруски более активно участвуют в экотурах в составе сборных групп, чем мужчины, включая поездки с детьми. Белорусские мужчины в большей степени предпочитают рыбалку и охоту.

По мере развития экономики страны, роста уровня доходов и качества жизни, перспективным целевым сегментом потребителей экотуристских услуг на ООПТ могут стать люди старшей возрастной категории, как это происходит в развитых странах, где данный сегмент потребителей финансово обеспечен и может себе позволить участие в экотуризме. В целом в настоящее время по некоторым оценкам реальный сегмент туристского спроса экологически ответственных потребителей в стране не превышает 100–120 тыс. человек [6].

Опрос о туристских предпочтениях белорусов, проведенный в 2022 г., показал, что абсолютное большинство опрошенных рассматривают Беларусь как потенциальное место для отдыха (половина уже участвует во внутреннем туризме). Количество белорусских туристов в 2022 г. выросло на 1,33 млн. по сравнению с 2021 г. В 2022 г. ООПТ страны посетило в 1,5 раза больше туристов, чем годом ранее. Среди мотивов, по которым белорусы путешествуют внутри страны, почти половину занимает посещение природных объектов – ООПТ, лесов, озер и т.д. (41,1 %) [7].

Иностранные туристы, особенно россияне, также являются перспективным сегментом потребителей услуг экотуризма на ООПТ Беларуси. Ввиду нестабильной эпидемиологической и внешнеполитической ситуации, общее количество иностранных туристов (прежде всего, из стран Европейского союза) на ООПТ Беларуси в 2020-2023 гг. значительно снизилось, однако по мере решения транспортно-логистических проблем со странами Европы, более активного привлечения туристов из России и продвижения на новых рынках дальнего зарубежья (Азия, Ближний Восток и

др.) Беларусь имеет перспективы развития в качестве популярной дестинации экологического туризма.

Таким образом, основными субъектами белорусского рынка экотуризма являются государственные природоохранные учреждения на базе ООПТ (национальные парки, заповедник, заказники), туристские предприятия (в основном – частные туроператоры), государственные лесохозяйственные учреждения, агроусадьбы. Туристское предложение в национальных парках и Березинском биосферном заповеднике имеет наиболее дифференцированный характер, представлено экологическими маршрутами разного типа и протяженности, включая уникальные орнитологические туры (НП «Припятский», Березинский заповедник), посещение вольеров с животными (Беловежская пушта, Браславские озера, Березинский заповедник), сафари-туры (Браславский и Припятский национальные парки). Пешие маршруты включают объекты не только природного характера, но и объекты культурного наследия региона. Водные маршруты представлены в основном сплавами на байдарках (Березинский заповедник, НП «Нарочанский»), прогулками на катамаранах, лодках, катерах, прогулочных теплоходах (НП «Нарочанский», «Браславские озера», «Припятский») [8]. Велосипедные маршруты присутствуют в структуре продукта большинства ООПТ, однако их разнообразие и наличие благоустроенных велодорожек и троп представлено не на всех природоохранных территориях. Хорошо развита такая инфраструктура в Беловежской пуште: велосипедные дорожки имеют твердое покрытие, оборудованы указателями и табличками, маршруты имеют разную протяженность и уровень сложности. Конные маршруты разной продолжительности предлагаются на территории Березинского заповедника. Заповедник и национальные парки предлагают разнообразные варианты размещения гостей, представлены услуги питания.

Большинство республиканских заказников Беларуси в качестве услуг экотуризма предлагают прокат спортивного и туристского снаряжения, организацию походов (водные, пешие, велосипедные), наблюдение за животными. Ряд заказников в последние годы расширили перечень предоставляемых туруслуг, сформировали уникальное предложение и активно конкурируют с национальными парками и Березинским заповедником (заказники «Ельня», «Озеры», «Споровский», «Красный бор», «Налибокская пушта»). Однако, развитие туристского предложения в большинстве заказников пока значительно отстает от уровня национальных парков: не предоставляются питание и размещение, турпродукт многих заказников слабо диверсифицирован.

В сфере экотуризма Беларуси появились новые направления, например, активно предлагаются экскурсии по болотам, в том числе экстремальные. Туристские компании стремятся дифференцировать свой турпродукт, внедряя проведение «фотосафари», наблюдение за животными (в

т.ч. набирает популярность «бердвотчинг»), прогулки по экотропам с траплением следов животных, организация сплавов по рекам, знакомство с белорусской культурой через посещение мастер-классов ремесленников, дегустации блюд региональной кухни. Для крупных диверсифицированных туристских компаний, которые ориентированы на массового потребителя, основной акцент делается на организацию экскурсий в национальные парки, и Березинский заповедник. Одной из важнейших позитивных тенденций является то, что все больше белорусов рассматривают свою страну как привлекательное место для отдыха и туризма, что говорит о перспективах развития внутреннего экологического туризма.

Библиографические ссылки

1. Национальный парк «Беловежская пуща». [Электронный ресурс] // официальный сайт Государственного природоохранного учреждения Национальный парк «Беловежская пуща». URL: <https://npbp.by/> (дата обращения: 09.02.2023).
2. Агротуризм в Беларуси [Электронный ресурс] // Официальный сайт Республики Беларусь Belarus.by. URL: <https://www.belarus.by/ru/travel/agritourism-in-belarus> (дата обращения: 10.02.2023).
3. Решетникова А. Н. Ресурсный потенциал и особенности развития экологического туризма в Могилевской области // Псковский регионологический журнал. 2009. №4. с.101–109.
4. Особо охраняемые природные территории Республики Беларусь. [Электронный ресурс] // официальный сайт Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь. URL: <http://minpriroda.gov.by/ru/> (дата обращения: 10.04.2023).
5. Ледницкий А. В., Гайда А. Г. Экологический туризм как направление развития особо охраняемых природных территорий Республики Беларусь // Труды БГТУ. Сер. 5, Экономика и управление. 2021. № 1 (244). С. 92–96.
6. Решетников Д. Г., Тарасенок А. И. Конкурентоспособность туристского комплекса Республики Беларусь: современные тенденции и вызовы: монография / Е.Г. Киреенко, Д.Г. Решетников, А.И. Тарасенок и др.; под общей ред. к.э.н. Киреенко Е.Г., к.г.н. Решетникова Д.Г. Минск : Ковчег, 2018. 400 с.
7. Едем по Беларуси: краткие итоги турсезона-2022 [Электронный ресурс] // портал «Экономическая газета». URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/turizm-v-belarusi-kratkie-itogi-sezona-2022/> (дата обращения: 10.02.2023).
8. Петрова Е. Б., Решетникова А. Н. Потенциал особо охраняемых природных территорий Республики Беларусь для развития экологического туризма // Молодежь – науке XI. Актуальные проблемы туризма, гостеприимства, общественного питания и технического сервиса: Материалы молодежной науч.-практ. конференции, г. Сочи, 18-19 апреля 2020 г. / отв. ред. к.т.н., доцент, Приходько Л.Н. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2020. С. 299–304.

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК СТЫКОВАЯ ФОРМА РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА

А. А. Степанова¹⁾, С. Г. Давыдова²⁾, М. П. Дружнова³⁾

¹⁾ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого», Советской Армии 7, Великий Новгород 173011, Российская Федерация, e-mail: lesacre@list.ru

²⁾ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого», Советской Армии 7, Великий Новгород 173011, Российская Федерация, e-mail: sv_davidova@mail.ru;

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» Новгородский филиал, Германа 31, Великий Новгород 173003, Российская Федерация, e-mail: sv_davidova@mail.ru

³⁾ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого», Советской Армии 7, Великий Новгород 173011, Российская Федерация, e-mail: m.druzhnova@mail.ru

В представленной статье рассматриваются особенности структуры сельского туризма и его взаимосвязь и взаимовлияние на агротуризм, определяются возможности учета территориальных особенностей и условий для его развития. Авторы приводят конкретные примеры, когда при учете особенностей территории может развиваться это направление.

Рассматривая отдельные виды туризма, авторы показывают каким образом они могут сочетаться с сельским туризмом. Какие особенности при этом необходимо учитывать и какие ресурсы могут быть задействованы. Приводятся примеры отдельных видов туризма и раскрываются возможности их развития в рамках сельского туризма и сельской местности. Предложенный подход дает большие возможности для наполнения содержания сельского туризма и соответственно – агротуризма, это особенно актуально для участия в реализации региональных программ развития туризма.

Ключевые слова: сельский туризм; агротуризм; сельская местность; виды туризма.

RURAL TOURISM AS A BUTT FORM OF VARIOUS TYPES OF TOURISM

A. A. Stepanova¹⁾, S. G. Davydova²⁾, M. P. Druzhnova³⁾

¹⁾ Yaroslav the Wise Novgorod State University, 7 Soviet Army, Veliky Novgorod 173011, Russian Federation, e-mail: lesacre@list.ru

²⁾ Yaroslav the Wise Novgorod State University, 7 Soviet Army, Veliky Novgorod 173011, Russian Federation, e-mail: sv_davidova@mail.ru;

FSBEI HE "Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation" Novgorod branch, Hermana 31, Veliky Novgorod 173003, Russian Federation, e-mail: sv_davidova@mail.ru

This article examines the features of the structure of rural tourism and its interrelation and mutual influence on agrotourism, determines the possibilities of taking into account territorial features and conditions for its development. The authors give concrete examples when, taking into account the peculiarities of the territory, this direction can develop.

Considering certain types of tourism, the authors show how they can be combined with rural tourism. What features should be taken into account and what resources can be used. Examples of individual types of tourism are given and the possibilities of their development within the framework of rural tourism and rural areas are revealed. The proposed approach provides great opportunities for filling the content of rural tourism and, accordingly, agrotourism, this is especially important for participation in the implementation of regional tourism development programs.

Keywords: rural tourism; agrotourism; rural area; types of tourism.

В последние годы в мировом туризме бурно развивается так называемый сельский туризм. Агротуризм, деревенский, зеленый, сельский туризм – все это синонимы одного вида туризма, который, как правило, проходит в какой-либо сельской местности (поселке, фермерском хозяйстве, усадьбе, частном доме), где туристы, вырвавшись из шумных городов, знакомятся с бытом и обычаями местного населения, проживают в сельских домах, принимают участие в сельском труде, пробуют свежие овощи и фрукты, мясо и молочные продукты.

Наибольший интерес для сельского туризма несут в себе старые поселения с незатейливой архитектурой использующей традиции прошлого, жители которых соблюдают какие-либо традиции из народного фольклора. При этом деревенская еда, чистый воздух, возможность принять непосредственное участие в сельских работах, способствуют укреплению как физического, так и психического здоровья. С образовательной точки зрения, сельский туризм дает возможность научиться многим видам деревенской деятельности: езда на лошади или на ослике, сбор урожая фруктов и овощей, сенокос, доение коровы или козы, приготовление блюд, приобщение к национальным промыслам и ремеслам (вышивка, плетение, лепка и гончарное ремесло). С познавательной стороны, турист узнает много из обычаев и нравов того или иного региона, знакомится с уникальным фольклором и культурой (музыкальные представления, обычаи) [3].

Сельский туризм получил хорошее развитие в Европе. Помимо размещения туристов в сельских домах и фермах, здесь есть возможность размещения в реконструированных старинных замках, монастырях и мельницах, где посетители в большой мере соприкасаются с древностью.

Остальной набор услуг – проживание в сельском доме, употребление деревенских продуктов питания, сбор растений и ягод, уход за домашними животными, сеновал, рыбалка и многие другие виды услуг и развлечений организованны на высоком уровне [4].

Развитие этого вида туризма способствует укреплению экономики села, создает дополнительные рабочие места в индустрии гостеприимства, уменьшает отток местного населения в города, повышает культурный и интеллектуальный уровень сельчан, стимулирует производство экологически чистых продуктов питания. Агротуризм также способствует возрождению и развитию национальных ремесел и промыслов, обычаев и обрядов. С точки зрения сохранения природных ресурсов, сельский туризм здесь также играет не последнюю роль.

Основой сельского туризма является практически любой отдых в сельской местности. Это может быть просто проживание (в частном доме или в специально оборудованном средстве размещения), либо проживание, сочетанное с какой-либо активной деятельностью (купально-пляжной, спортивной, культурно-познавательной, развлекательной), либо занятие сельскохозяйственным трудом. В последнем случае принципиально важно отделять сельский туризм от сезонных работ по найму, ибо само понятие туризма предполагает только ту деятельность, которая не оплачивается в месте пребывания туриста. На деле сами туристы платят за возможность осуществления сельскохозяйственных работ, что долгое время для российской действительности (с привычной «повинной» в виде дачных работ) считалось нонсенсом и вызывало неподдельное удивление. Но особенность сельского туризма как раз и состоит в том разнообразии услуг, которые может получить рекреант «в одном пакете». Таким образом, сельский туризм можно считать не только отдельной, но и некой стыковой формой туризма, где могут сочетаться самые разнообразные его виды. На этом стоит остановиться подробнее [2].

1. Познавательный и культурно-познавательный туризм – наиболее традиционный и распространенный вид. С совокупности с сельским туризмом он возможен в том случае, если посещаемая местность имеет достопримечательности природного или культурно-исторического характера. Знакомство со старинными постройками, культовыми объектами (церкви, часовни, священные места), укладом жизни местного населения, краеведческими музеями, захоронениями, памятными местами позволяет не только расширить кругозор, получить новые знания, увидеть своими глазами то, о чем было прочитано в книгах или учебниках, но и осуществлять воспитательную деятельность. Принято считать, что воспитание и образование должно быть направлено на детей. Однако не следует забывать, что человек как личность развивается на протяжении всей жизни, и

формирование ценностных ориентиров или повышение уровня эрудированности еще никому не помешало в любом возрасте.

2. Развлекательный туризм. Открытое пространство, разнообразие ландшафтов и свежий воздух дают возможности для организации игр и развлечений в любое время года: игры в мяч, в бадминтон, катание на лодках, купание и принятие солнечных ванн, пешие прогулки летом, катание на лыжах и санках, традиционные русские игры в «снежки» или совместное сооружение снеговиков и ледяных крепостей зимой – перечислять можно до бесконечности, насколько хватит фантазии. Главная цель такого отдыха – общее оздоровление и получение положительных эмоций.

3. Достаточно тесно связанный с предыдущим видом туризма – спортивный. Сюда можно отнести любые занятия, требующие большего количества физических сил и умений. Например, конные прогулки или соревнования по отдельным видам спорта (пляжный волейбол, плавание, бег, прыжки, дворовый футбол), водные виды спорта. В данном случае многое будет зависеть от обеспеченности места отдыха соответствующей инфраструктурой и оборудованием.

4. Лечебно-оздоровительный туризм возможен в местностях, обеспеченных выходами источников минеральных вод и лечебных грязей. Также лечебными ресурсами могут стать отдельные виды ландшафтов (например, сосновые леса), месторождения лечебных ресурсов (голубые и белые глины), места произрастания лекарственных трав.

5. Событийный туризм – один из наиболее востребованных видов туризма на современном рынке. В сельской местности он приобретает особое значение и предполагает участие в традиционных праздниках и обрядах. Пользу такого вида отдыха трудно переоценить. С точки зрения потребителя – это знакомство с родной (или, напротив, чужой) культурой, историей, возможность быть включенным в интересное действо. Для организатора – это хороший способ восстановить и сохранить старинные традиции [1].

6. Близко с предыдущим видом отдыха сочетается анимационное обслуживание. Оно может предполагать реконструкцию отдельных эпох и предоставление возможности для туриста на несколько дней полностью погрузиться в образ жизни представителей посещаемой местности. Опыт длительного функционирования целых анимационных парков подобного рода за рубежом доказывает большой и устойчивый интерес к данному виду обслуживания. Реконструированные усадьбы XVIII-XIX вв. в Подмосковье тоже завоевали популярность как у российского туриста, так и у зарубежных гостей. Возможности анимационного обслуживания поис-

тине безграничны и совсем не обязательно должны быть связаны с историческими аспектами. Это может быть, например, создание комплекса услуг по мотивам сказок и легенд.

7. Экологический туризм. Одной из важнейших целей посещения сельской местности отдыхающими является реализация потребности приблизиться к природе. Экологический туризм по своей сути предполагает либо научные и научно-познавательные экспедиции, либо волонтерскую работу с природоохранными и природо восстановительными целями (а также их сочетание). Наличие в дестинации особо охраняемых природных территорий, памятников природы или просто интересных, живописных мест дает возможности организации экологических троп и специально оборудованных стоянок.

8. Паломничество. В нашей стране в последнее десятилетие паломнический туризм приобретает все большую популярность. Значительная часть ресурсов для данного вида туризма располагается именно в сельской местности. Это культовые постройки, святые места, связанные с легендами и преданиями, сакральные объекты природного характера. Более того, сочетание с событийным и анимационным обслуживанием раскрывает перед рекреантами новые возможности: участие в священных обрядах, совершение пеших паломнических путешествий, трапезы. Паломнический туризм часто предполагает форму экскурсии (то есть однодневной поездки), тогда как размещение в сельской местности на ночевку или более длительные срок позволит расширить программу обслуживания и включить в нее дополнительные элементы. Нередко паломнические путешествия имеют и лечебно-оздоровительные цели.

9. Гастрономические и питейные туры – один из новых видов туризма – также возможны в сельской местности. Поездка в район, славящийся какими-либо гастрономическими традициями или даже отдельными блюдами, может в значительной степени разнообразить отдых. К тому же продукция, выращенная или добытая в экологически чистых условиях и приготовленная по старинным рецептам, особенно ценится современными жителями городов. Особый интерес представляет собственноручно добытый продукт, и в данном случае рассматриваемый вид туризма сочетается со следующими – фермерским и охотничье-рыболовным.

10. Фермерский туризм предполагает непосредственное участие туриста в производстве сельскохозяйственной продукции: работы на земле или с животными. По желанию отдыхающие могут принять участие в прополке, поливе и другом уходе за растениями, в сборе урожая, кормлении домашних животных и так далее. Подобные действия могут послужить не только развлечением, но и нести в себе большое воспитательное значение.

11. Охотниче-рыболовный туризм прозвали «русским сафари». Сюда можно отнести не только саму охоту и рыбалку, но также «тихую охоту» - сбор грибов и ягод, заготовку лекарственных растений.

12. Экстремальный туризм близок к спортивному, однако надо учитывать, что экстрим бывает разным. Например, для жителя мегаполиса (особенно иностранца) русская баня с веником или вечер, проведенный в компании комаров – тоже экстремальные ощущения. Но традиционно к экстремальным путешествиям относят сплавы по рекам, походы в труднодоступные места, спелеотуризм.

13. Аномальный (паранормальный) туризм настолько недавно стал популярен, что даже не существует его точной дефиниции. Но это не мешает формированию устойчивого спроса на странный продукт, связанный с посещением загадочных мест, зачастую труднодоступных. Наиболее удобным отправным пунктом для экспедиций, как правило, является населенный пункт, расположенный в непосредственной близости от пункта назначения. Элементы данного вида туризма можно включать в любую из перечисленных выше форм обслуживания.

14. Этнографический туризм можно рассматривать как вид познавательного или событийного, а можно выделить в самостоятельную форму. Это следует сделать, если программа обслуживания акцентирует внимание именно на представлении рекреанту возможности знакомства с историей и традициями посещаемой местности.

15. Прочие виды. Данная группа объединяет все остальные виды туризма, осуществляемые в сельской местности, которые возможно в скором времени сформируются в отдельное направление: военный, поклонный, свадебный (ныне входящие в анимационное обслуживание) и многие другие.

Несмотря на то, что появление сельского туризма специалисты относят концу прошлого века, необычайный рост его популярности наблюдается в последнее десятилетие. В Россию традиция отдыха в сельской местности перекочевала из Европы, где бизнес в данной отрасли уже хорошо налажен. В России сельский туризм наиболее активно развивается в таких регионах, как Владимирская, Вологодская, Ленинградская, Калужская, Астраханская, Псковская, Ярославская области, Республика Карелия, Чувашская Республика, Алтайский край.

Учитывая современные реалии это одно из приоритетных направлений, так как определяет занятость населения. Способствует развитию инфраструктуры и как следствие - меняет качество жизни населения в сельской местности.

Библиографические ссылки

1. *Водопьянова, А.* Событийный туризм и туристские объекты в удаленных районах – новый этап развития Новгородской области // Инвестиции в туризм, 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://rusturinvest.ru> (дата обращения 20.09.2023).
2. *Давыдова С. Г., Дружнова М. П.* Развитие туризма в Новгородском регионе в XIX-XX веке // Вестник Новгородского филиала РАНХиГС. 2016. Т. 1. № 5–1. С. 229–238.
3. *Дмитрук Н. Г., Степанова А.А.* О развитии туризма на территории Новгородской области // Материалы всероссийской научно-практической конференции, посвященной памяти академика РАО А.В. Даринского. СПб. 2007. С.245–247.
4. *Степанова А. А.* Феномен сельского туризма // Актуальные аспекты социально-экономического развития России: опыт, современные реалии и перспективы (сборник материалов межвузовской междисциплинарной научной конференции; выпуск 6), НОЧУ ВПО «Санкт-Петербургский институт управления и права» Новгородский филиал, Великий Новгород, 2013. С. 138–150.

WORLD HERITAGE AND SUSTAINABLE TOURISM – A CONSERVATION FOR JINGMAI MOUNTAIN

N. Chen

*Belarusian State University,
Nezavisimosti ave, 4, Minsk, Republic of Belarus, chennamoxun@hotmail.com*

World Heritage Sites, which are of great importance to the tourism industry, are facing a variety of unprecedented challenges and problems, including environmental pressures, the erosion of traditional practices, and conflicts among indigenous communities. This paper contributes to the theoretical discourse on sustainable heritage site tourism by examining the case of Cultural Landscape of Old Tea Forests of the Jingmai Mountain. It does so by combining an analysis of China's unique national conditions with an examination of how sustainable concepts and heritage site tourism can be effectively combined. The results of this study show that the growth of sustainable tourism can provide a steady stream of opportunities for heritage sites to disseminate heritage values and promote local cultural and economic development. It can also provide solutions to the challenges faced by other World Heritage Sites.

Keywords: World Heritage; Sustainable Tourism; Old Tea Forests; Jingmai Mountain.

ВСЕМИРНОЕ НАСЛЕДИЕ И УСТОЙЧИВЫЙ ТУРИЗМ - СОХРАНЕНИЕ ГОРЫ ЦЗИНМАЙ

Н. Чен

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, chennamoxun@hotmail.com*

Объекты Всемирного наследия, имеющие большое значение для туристической индустрии, сталкиваются с множеством беспрецедентных вызовов и проблем, включая давление на окружающую среду, разрушение традиционных практик и конфликты между коренными общинами. Эта статья вносит вклад в теоретический дискурс об устойчивом туризме на объектах наследия, рассматривая случай культурного ландшафта старых чайных лесов горы Цзинмай. Это достигается путем объединения анализа уникальных национальных условий Китая с изучением того, как можно эффективно сочетать устойчивые концепции и туризм на объектах наследия. Результаты этого исследования показывают, что рост устойчивого туризма может обеспечить постоянные возможности для объектов наследия для распространения ценностей наследия и содействия местному культурному и экономическому развитию. Он также может предложить решения проблем, с которыми сталкиваются другие объекты Всемирного наследия.

Ключевые слова: Всемирное наследие; устойчивый туризм; старые чайные леса; гора Цзинмай.

Introduction

World Heritage represents a repository of human civilisation, encompassing a multitude of historical, cultural and natural values. World Heritage is our legacy from the past, what we live with today, and what we pass on to future generations. Our cultural and natural heritage are both irreplaceable sources of life and inspiration [1]. There are three categories of World Heritage Sites: cultural landscapes, natural landscapes and landscapes combining culture and nature. The essence of sustainable tourism is to integrate tourism with natural, cultural, and human elements. This integration is necessary to ensure the sustainable development of tourism and socio-economic activities, natural resources, and the environment [2]. In other words, sustainable tourism requires the unity of tourism, resources, and the human living environment. This unity allows for the benign and coordinated development of these three areas. In light of the exponential growth of tourism, it has become imperative to devise strategies for safeguarding world heritage while simultaneously promoting sustainable tourism practices. In a seminal contribution to the field, Dans et al [3] integrated the fields of heritage management and sustainable tourism to elucidate the social dimension of the World Heritage Site of Altamira in Spain. The results of the study provide insight into the different factors that contribute to the social value of heritage, including existential value, aesthetic value, economic value and heritage value. Hosseini et al [4] studied World Heritage Sites in developing countries, where they examined the impacts and challenges associated with sustainable tourism. The results showed that the World Heritage brand has a positive impact on tourism demand in developing countries, making it a viable promotional tool. In addition, the study identified cases of neglect in the conservation of these properties and explored ways to achieve sustainable conservation of World Heritage Centres in line with the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs). Chi et al [5] analysed the factors that influence the subjective well-being of residents of World Heritage Sites. The results showed that residents with higher economic status, sense of community and favourable social environment generally have higher levels of subjective well-being (SWB). In addition, it was found that higher SWB can increase the support of heritage site residents for tourism. The conservation and sustainable development of the Cultural Landscape of Old Tea Forests of the Jingmai Mountain, the world's first tea-themed World Heritage Site, is of even greater importance. The aim of this paper is to develop a comprehensive set of conservation strate-

gies for the old tea forests of Jingmai Mountain. This will be achieved by analysing the current situation, identifying problems, evaluating heritage elements and values, proposing solution strategies and examining future trends.

1 Current situation of Jingmai Mountain

Jingmai Mountain is located in Huimin Town, Lancang County, Pu'er City, Yunnan Province. The area in southwest China where it is located is the world's oldest tea growing area. In 2013, the Pu 'er region was recognised by the International Tea Council as a "The World Tea Origin". On 17 September 2023, Cultural Landscape of Old Tea Forests of the Jingmai Mountain was inscribed on the World Heritage List, making it the world's first tea-themed World Heritage Site. Jingmai Mountain covers an area of 394 square kilometres, with an average altitude of 1,500 metres and an average annual temperature of 18.4°C. The ancestors of the Blang nationality first found wild tea trees in the forest and successfully domesticated them, forming the old tea forests of today. It is the world's best preserved, oldest and largest artificially cultivated old tea garden, the origin of the world's tea trees, and a living museum of human tea cultivation and tea culture.

1.1 Heritage components

The heritage components of the old tea forest cultural landscape of Jingmai Mountain include five well-preserved old tea forests, nine traditional villages located within the aforementioned forests, and three separating protective forests between the old tea forests (the locations and heritage components are shown in Figure 1).

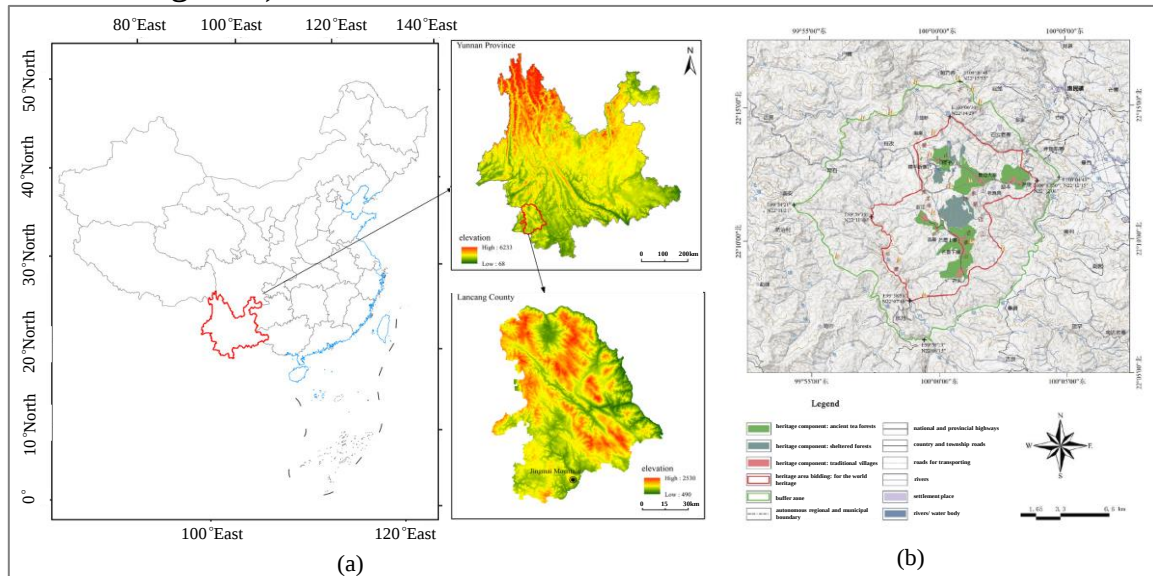


Fig. 1. Location and components of the Cultural Landscape of the old tea forests of the Jingmai Mountain
Source: [6, 7]

(1) Old tea forests: There are five old tea forests in Jingmai Mountain. The old tea trees, the wisdom of planting technology under the forest and the unique belief of the tea ancestors have created a unique cultural landscape. There are no fertilizers or pesticides in the tea forest, and the plants in the forest rely mainly on natural leaves for their nutrition and on the biodiversity of the community to prevent and control diseases and pests. Tea farmers in Jingmai Mountain have always followed the custom of "only following spring and autumn, not winter and summer" to give the tea trees enough time to rest and recover.

(2) Traditional villages: Ganlan-style dwellings are built on sacred mountains, including 5 traditional Blang villages and 4 traditional Dai villages. The most authentic and completely preserved Blang village on Jingmai Mountain is Wengji. Blang means to live halfway up the mountain, and the Blang people are the most dependent on tea in Jingmai Mountain. The typical element of traditional Blang houses is the decoration of a bud and two leaves on the ridge. The most authentic and complete Dai village in Jingmai Mountain is Nuogang. Typical elements of Dai traditional houses are the ox horn decoration and dendrobium on the ridge. The dendrobium has a timing function and when it blooms it means that spring tea can be picked.

(3) Shelter forests: Maintain the stability of the old tea forest ecosystem and protect the growing environment of tea trees. Three typical divided shelter forests, to avoid the old tea forest by low temperature frostbite, insect infestation and other natural disasters, in different old tea forest areas to retain part of the forest for separation and protection, to ensure that the whole Jingmai Mountain old tea forest can continue to inherit.

1.2 Heritage Value

Jingmai Mountain old tea forest has very high heritage value, which can be explained from three aspects: ecological value, cultural value and economic value:

(1) Ecological value: It shows the ecological wisdom of harmonious coexistence between man and nature, and is a unique cultural landscape that demonstrates the long history of Chinese tea culture. After the ancestors of Jingmai Mountain settled here, they practiced limited "forest reclamation" in the forests around the village and planted tea trees around the village as the center. This unique land plane utilization mode not only makes Jingmai Mountain present the plane functional landscape of "forest-tea forest-village", but also shapes the spatial and ecological relationship of forest-tea-human trinity.

(2) Cultural value: The traditional village and architectural forms, as well as the "four traditions" passed down from generation to generation, constitute the profound cultural heritage of the old tea forest of Jingmai Mountain. The

ethnic minorities of Jingmai Mountain believe in "animism", and their ancestors respect the "four traditions" (nature worship, ancestor worship, tea ancestor belief, religious belief) and the traditional tea custom of "harmony first".

(3) Economic value: As one of the most old beverages, the old tea forest has brought significant economic benefits to the local area and promoted the development of the local economy.

2 Problems facing Jingmai Mountain tourism

Although the Jingmai Mountain old tea forest has been successfully listed as a World Heritage site, its protection and development still face many challenges: Since September 2023, Jingmai Mountain has received 402,000 tourists, an increase of 33.52% year on year, and generated 338 million yuan in tourism revenue, an increase of 184% year on year [8].

(1) Increasing ecological pressure: As the number of tourists increases, the risk of disturbance and damage to the natural ecology will increase. Excessive tourist flow may destroy the ecological environment, architectural structure and cultural heritage integrity of the heritage site, causing irreversible damage.

(2) Culture shock: Inappropriate commercial development may also go against the original intention of World Heritage protection, causing the heritage site to lose its original historical, cultural and natural values. The influence of foreign culture and commercialisation may weaken the heritage of traditional tea culture and village culture.

(3) The contradiction between short-term economic benefits and long-term conservation goals: Tourism management tends to pursue short-term economic benefits, such as increasing the number of tourists and improving tourism revenues, while World Heritage conservation requires long-term and sustained investment and attention.

3. The Specifics of World Heritage Protection in the Chinese Context

As the most populous developing country in the world, China has a huge population. Despite the existence of numerous heritage sites in China, the country still has a scarcity of heritage tourism resources on a per capita basis. At the same time, a significant number of heritage sites in China have been inhabited by indigenous people for generations. As a result, these sites cannot be considered as natural heritage sites alone, and their status in terms of heritage tourism differs significantly from that of other countries.

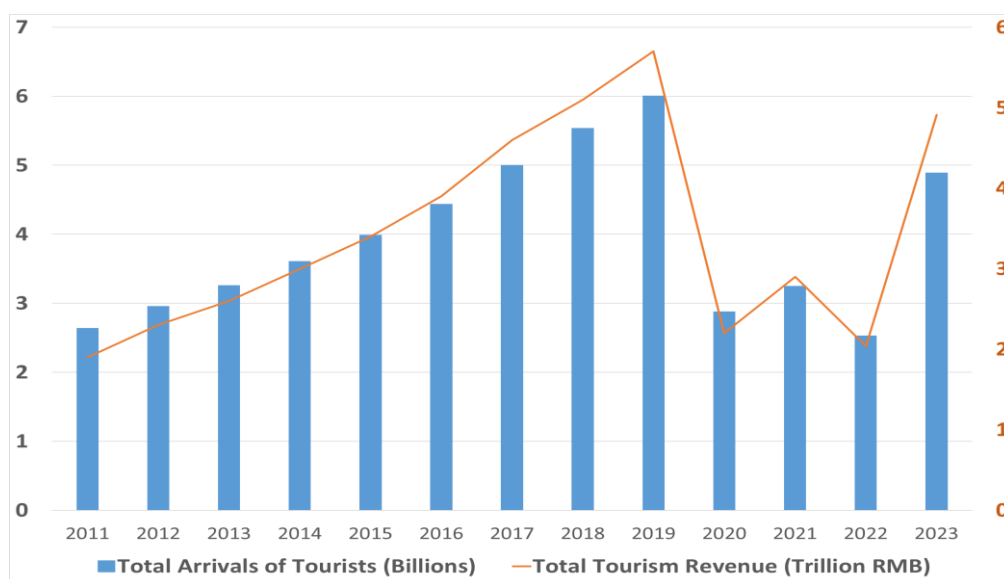


Fig. 2. Schematic diagram of China's tourist arrivals and tourism revenue over the past decade
Source: [9]

(1) China's tourism industry is developing rapidly. Over the past decade, China's tourism industry has developed rapidly, and the growth rate of tourists is extremely high. The total number of domestic trips increased from 2.64 billion in 2011 to 6.01 billion in 2019. Total tourism revenue increased from 1.9 trillion yuan in 2011 to 5.7 trillion yuan in 2019 [9], basically maintaining a medium-high growth rate (specific data are shown in Figure 2). World Heritage Sites have also become popular tourist destinations.

(2) The influence of Chinese traditional culture. The traditional Chinese idea of "unity of nature and man" holds that man and nature are one, and that the culture created by man is part of nature, and nature is also part of the culture created by man. Nature and culture are inseparable. China's World Heritage Sites are home to many indigenous people who have lived there for generations. Jingmai Mountain has been the main production area of Pu'er tea for hundreds of years, and it is the main area of local tea production and cultural inheritance, and this traditional way of life is integrated with the heritage value itself.

4 Strategic solutions and future trends

Although there are many contradictions between World Heritage and tourism management, the two can be effectively linked and mutually reinforcing through the concept of sustainable tourism to achieve a win-win situation.

(1) Control the number of tourists in peak season. Through online booking and other means, the reservation channel can be closed when the number of people reaches the upper limit, to reduce the negative impact of tourism activities on the environment of the heritage site.

(2) Enhance tourists' awareness of heritage protection. When tourists visit World Heritage Sites, the Sites need to explain the heritage value in various ways, so that tourists can fully realise the rarity, preciousness and significance of heritage tourism resources, and understand the responsibility and obligation to protect the heritage.

(3) Convey the concept of sustainable tourism. Sustainable tourism at World Heritage Sites is different from general tourism, and the form of tourism has changed from sightseeing tourism to ecological tourism and cultural tourism, providing tourists with a more in-depth heritage tourism experience.

(4) Enhance the heritage responsibility of tourism development enterprises. The basic principle of tourism development and construction around heritage sites should not affect the authenticity and integrity of the heritage sites, use local staff as much as possible, and respect local culture.

(5) Enhance indigenous peoples' sense of identity with heritage. As the true owners of heritage, indigenous peoples have rational knowledge and understanding of heritage value that is different from the perspective of experts, and they have a special emotional identification with heritage. They are the natural subjects of heritage inheritance and dissemination.

Conclusion

Through the in-depth analysis of the value and current situation of Jingmai Mountain, this paper reveals the contradiction between World heritage and tourism management, and puts forward the strategic measures to promote the integration of sustainable tourism and heritage management. In the future, Jingmai Mountain should continue to adhere to the concept of sustainable development, strengthen protection and management, and achieve healthy and stable development of tourism. Driven by sustainable tourism and heritage management, Jingmai Mountain is expected to become a model of harmonious coexistence between man and nature, providing experience and inspiration for global heritage protection, especially tea heritage protection, and playing a positive role in heritage protection.

References

1. World Heritage. URL: <https://whc.unesco.org/pg.cfm?cid=160>. (date of access: 10.26.2024)
2. *Xinru Cheng, Wenwen Li*. IIGF viewpoint | Discussion and prospects for the promotion of sustainable development of the tourism industry in our country. International Institute of Green Finance, Central University of Finance and Economics. <https://iigf.cufe.edu.cn/info/1012/5076.htm>. (in Chinese, date of access: 10.26.2024)

3. *Eva Parga Dans, Pablo Alonso González*. Sustainable tourism and social value at World Heritage Sites: Towards a conservation plan for Altamira, Spain, *Annals of Tourism Research*, Volume 74, 2019, Pages 68-80.
4. *Keyvan Hosseini, Agnieszka Stefaniec, Seyedeh Parisa Hosseini*. World Heritage Sites in developing countries: Assessing impacts and handling complexities toward sustainable tourism, *Journal of Destination Marketing & Management*. Volume 20, 2021, Pages 100616
5. *Chi, Christina & Cai, Ruiying & Li, Yongfen*. (2017). Factors influencing residents' subjective well-being at World Heritage Sites. *Tourism Management*. Volume 63, 2017, Pages 209-222.
6. *Wanlin Li, Qing Zhang, Yanxiao Fan, Zhuo Cheng, Xiaoping Lu, Binsheng Luo and Chunlin Long*. Traditional management of ancient Pu'er teagardens in Jingmai Mountains in Yunnan of China, a designated Globally Important Agricultural Heritage Systems site. *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*. Volume 19(26), 2023, Pages 1-15.
7. *Yaohua Chen*. On the value of the ancient tea forest of the Jingmai Mountain. *Proceedings of the Pu'er Jingmai Mountain International Symposium on the Conservation and Sustainable Development of the Tea Culture Landscape*. College of Urban and Environmental Sciences, Peking University. Volume 8(5), 2019, Pages 3-11.
8. *Peiran Zhao*. Yunnan Jingmai Mountain: a thousand years of tea prosperity. China Xinhua News Network Corporation. URL: <http://www.news.cn/local/20240918/d1fbe97fe37f4169aa05fb236e26e56f/c.html>. (in Chinese, date of access: 10.26.2024)
9. Statistical Report of the Ministry of Culture and Tourism of the People's Republic of China on the Evolution of Culture and Tourism. Ministry of Culture and Tourism of the People's Republic of China. URL: https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/tjxx/202307/t20230713_945922.html. (in Chinese, date of access: 10.26.2024)

ANHUI HONGCUN RURAL TOURISM: THE ROAD OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TRADITION AND MODERNITY

Zhang Min¹⁾, Sun He²⁾

*^{1), 2)} Belarusian State University,
Nezavisimosti ave, 4, Minsk, Republic of Belarus, 315191241@qq.com*

Anhui Hongcun, as a model of the protection of ancient villages and rural tourism development in China, has attracted a large number of tourists with its unique natural scenery, rigorous village planning and rich historical and cultural resources. This paper analyzes the development process, current situation and challenges of rural tourism in Hongcun, and mainly discusses how to embark on a sustainable road of rural tourism through the interweaving of tradition and modernity. Combined with the data of the number of tourists in Hongcun in recent years, this paper expounds the successful experience of Hongcun in tourism resource development, protection and cultural inheritance, infrastructure construction and tourism service improvement, industrial integration and product innovation, aiming to provide reference for the development of rural tourism in other ancient villages.

Key words: Hongcun, Anhui; rural tourism; sustainable development; rural revitalization.

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ В АНЬХОЙ ХУНЦУНЬ: ПУТЬ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИЙ И СОВРЕМЕННОСТИ

Чжан Минь¹⁾, Сунь Хэ²⁾

*^{1), 2)} Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь, 315191241@qq.com*

Аньхой Хунцунь, как модель защиты традиционных деревень и развития сельского туризма в Китае, привлёк большое количество туристов своими уникальными природными пейзажами, строгим планированием деревень и богатыми историческими и культурными ресурсами. В этой статье анализируется процесс развития, текущая ситуация и проблемы сельского туризма в Хунцуне, и в основном обсуждается, как встать на устойчивый путь сельского туризма через переплетение традиций и современности. В сочетании с данными о количестве туристов в Хунцуне за последние годы в этой статье излагается успешный опыт Хунцуня в использовании туристических ресурсов, защите культурного наследия, строительстве инфраструктуры и улучшении туристических услуг, промышленной интеграции и продуктовых инновациях, с целью использования данного опыта для развития сельского туризма в других старых деревнях.

Ключевые слова: Хунцунь, Аньхой; сельский туризм; устойчивое развитие; возрождение сельской местности.

Hongcun, Anhui Province, located in Yixian County, Huangshan District, is an ancient village with rigorous planning and enjoys the reputation of "a village in Chinese painting". The site selection, layout and beauty of Hongcun are all directly related to the water. The shape of the village is like a green cow lying on the stream in front of the mountain. Its unique cow-shaped village and artificial water system can be called "one unique in China". Since it was officially listed on the World Cultural Heritage List by the UNESCO Heritage Committee in 2000, Hongcun has gradually attracted the attention of the world and become a model of rural tourism and rural revitalization. [1] This paper will discuss how Hongcun has embarked on the road of sustainable rural tourism by integrating tradition and modernity, and attach the data table of the number of tourists in recent years and related references.

The success of Hongcun is first due to its unique natural beauty and historical and cultural heritage. As a world heritage site, Hongcun's beauty represents the extreme beauty of ink painting in Jiangnan to some extent. The half-moon pond in the village, "moon marsh and wind lotus", 400 meters long, four wooden Bridges as "ox legs", not only provide convenience for the villagers, but also adjust the temperature and environment. In addition, Hongcun also conforms to the traditional feng shui principle of "pillow high post, surface flowing water, endless", forming a unique village space.

In the process of development, Hongcun always adheres to the development idea of "protection, development and utilization". Through the careful investigation and study of ancient villages and inviting experts to participate in the planning, Hongcun carries out moderate tourism development while protecting ancient buildings and traditional culture. In 2002, in order to strengthen the tourism competitiveness of Hongcun, Huangshan Hongshan ishu Lake International Tourism Resort was built, which further enhanced the tourism reception capacity of Hongcun [2].

Based on the ancient village tourism, Hongcun continuously expands the tourism chain, and strengthens the construction of supporting facilities such as transportation, reception and shopping through attracting investment and carrying out national entrepreneurship activities. Vigorously research and production of tourism food, souvenirs, handicrafts and other tourism commodities, the chain of the tourism industry has been extended, and the comprehensive benefits have been further highlighted.

In 1982, students from the Architectural Department of Tongji University of Tsinghua University discovered the complete and exquisite ancient dwellings in Hongcun, which attracted the attention of the government and developed them.[3] Since then, Hongcun has cooperated with more than 300 colleges and universities, and about 150,000 students sketch in the scenic spot every year, which provides a guarantee for the accommodation and catering operation of

the villagers in the scenic spot. In addition, Hongcun also holds large-scale public relations activities such as photography festival and bicycle festival to better promote the scenic spots and attract tourists.

In recent years, the development of Hongcun rural tourism has achieved remarkable results. The number of tourists is increasing year by year, and the tourism income continues to grow. According to yixian County Culture and Tourism Bureau, Hongcun received 3 million tourists in 2019, and the total tourism revenue reached 1 billion yuan. Despite the impact of COVID-19 in 2020, with the epidemic under control, rural tourism in Hongcun quickly recovered in 2021 and exceeded the pre-epidemic level in 2021, and the number of tourists exceeded 4 million in 2022.

2019-2022 Tourist Numbers

Particular year	Number of tourist arrivals (million)	Total tourism revenue (billions)
2019	300	10
2020	270(affected by the outbreak)	8.5
2021	360	12
2022	400	13.5

Source: [4].

In the development of rural tourism, Hongcun always pays attention to the protection and inheritance of traditional culture. By restoring ancient buildings, holding traditional festivals and displaying traditional handicrafts, Hongcun allows visitors to experience the charm of Huizhou's traditional culture while experiencing rural tourism.

In order to meet the development needs of rural tourism, Hongcun continues to improve modern facilities and improve the quality of tourism services. In terms of transportation, Hongcun has built convenient tourist transportation facilities, including parking lots, characteristic scenic lanes, guidance system, etc., to facilitate tourists to enter and exit the scenic area.[5] In terms of reception, Hongcun has strengthened the management and service level of hotels, scenic spots, travel agencies and so on, to provide comfortable accommodation and sightseeing environment for tourists.

Hongcun not only pays attention to the development of traditional tourism products, but also actively expands new tourism products. For example, by holding the photography festival, bicycle festival and other activities, to attract more photography enthusiasts and outdoor sports enthusiasts to travel. At the same time, Hongcun has also launched rural tourism products such as home stay

and farmhouse entertainment, so that tourists can experience rural life while tasting authentic Huizhou food.

The development of rural tourism in Hongcun cannot be separated from the participation and support of community residents. By attracting investment and carrying out national entrepreneurship activities, Hongcun encourages community residents to participate in tourism reception and service work and improve their income level.[6] At the same time, Hongcun also holds various activities and promotion to enhance the visibility and reputation of the scenic spot and attract more tourists to come to travel.

As a world cultural heritage site, Hongcun in Anhui province has embarked on a sustainable road of rural tourism by integrating tradition and modernity. While protecting ancient buildings and traditional culture, Hongcun pays attention to the improvement of modern facilities and the diversified development of tourism products, which improves the quality of tourism services. Through community participation and nationwide marketing, Hongcun has successfully attracted a large number of tourists to travel and driven the development of the local economy. In the future, Hongcun will continue to adhere to the concept of sustainable development, constantly improve the quality and level of rural tourism, and make more contributions to rural revitalization.

References

1. The UNESCO World Heritage Centre [Electronic resource] // UNESCO. URL: <https://whc.unesco.org> (date of access: 05.10.2024).
2. China Press Association website [Electronic resource] // China Press Association website. URL: <http://zgbox.people.com.cn/n1/2018/0319/c418477-29876610.html> (date of access: 05.10.2024).
3. Baiwen Daily Picks [Electronic resource] // Baiwen Daily Picks. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1636285673593977271&wfr=spider&for=pc> (date of access: 05.10.2024).
4. Yi county Municipal People's Government [Electronic resource] // Yi county Municipal People's Government. URL: <https://www.yixian.gov.cn/sjfb/index.html> (date of access: 05.10.2024).
5. Huangshan Municipal People's Government [Electronic resource] // Yi County. URL: <https://www.huangshan.gov.cn/zxzx/qxdt/8393001.html> (date of access: 05.10.2024).
6. China News Network [Electronic resource] // China News Network. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1761572159934362707&wfr=spider&for=pc> (date of access: 05.10.2024).