

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма и гостеприимства

БОРЬЯШ Алеся Александровна

**СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
СУБЪЕКТОВ АГРОЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В
СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Е.А. Боровская

Допущена к защите

«__» _____ 20__ г.

Зав. кафедрой международного туризма и
гостеприимства кандидат исторических наук, доцент
И.М. Авласенко

Минск, 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
ГЛАВА 1. ОСОБЕННОСТИ АГРОУСАДЕБ КАК ФОРМЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	9
1.1 Сущность и специфика функционирования агроэкотуризма.....	9
1.2 Особенности создания и реализации туристического продукта в агроусадебх	13
ГЛАВА 2. МЕСТО АГРОУСАДЕБ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	21
2.1 Анализ состояния агроэкотуристического рынка Беларуси.....	21
2.2 Взаимосвязь агроусадеб с другими видами туризма	27
2.3 Анализ агроусадеб Европы (на примере Франции) и возможность применения зарубежного опыта в Беларуси	34
2.4 Современные тенденции развития агроусадеб	39
ГЛАВА 3. АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ АГРОУСАДЕБ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	42
3.1 Анализ спроса на услуги агроусадеб среди клиентов ООО «Бюро путешествий «Вентотур»	42
3.2 Анализ проблем развития агроусадеб в Республике Беларусь	51
3.3 Перспективы развития и пути решения проблем агроусадеб в Республике Беларусь.....	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	70
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	72

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 77 с., 18 рис., 3 табл., 51 источник, 0 прил.

Ключевые слова: АГРОЭКОТУРИЗМ, АГРОУСАДЬБЫ, СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ, ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ, SWOT-АНАЛИЗ, СПРОС НА УСЛУГИ, УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ, ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПРОДУКТ, ИНФРАСТРУКТУРА, МАРКЕТИНГ, СЕЗОННОСТЬ.

Объект исследования: Агроусадьбы Республики Беларусь как часть туристического рынка и элемент сельского туризма.

Цель исследования: Изучить современное состояние субъектов агроэкотуризма в Республике Беларусь, выявить основные проблемы их развития и определить перспективные направления совершенствования данной сферы.

Методы исследования: Анализ статистических данных, анкетирование потребителей (на примере клиентов «Бюро путешествий «Вентотур»»), сравнительный анализ (с международным опытом на примере Франции), SWOT-анализ, методы теоретического анализа (изучение сущности, специфики), систематизация информации из научных и нормативных источников.

Полученные результаты и их новизна: Проанализировано кризисное состояние агроэкотуризма в Республике Беларусь, вызванное принятием ряда нормативных правовых актов, выявлены системные проблемы в состоянии инфраструктуры, маркетинга услуг, сезонности бизнеса, налоговой нагрузке, изучен спрос в агроэкотуризме посредством проведения опроса потребителей и предложены решения перечисленных проблем. Новизна заключается в анализе влияния законодательных изменений на состояние рынка агроэкоуслуг, в сочетании сопоставления объективных данных с мнением потребителей, в разработке цифровой маркетинговой модели и адаптации зарубежного опыта к текущим проблемам в сфере агроэкотуризма Беларуси.

Область возможного практического применения: Результаты могут быть использованы органами государственного управления в сфере агроэкотуризма при разработке стратегий и планировании инфраструктуры, владельцами агроусадьб для улучшения деятельности и маркетинга, а также турфирмами и профильными организациями для формирования турпродуктов и рекомендаций.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других

источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

(подпись студента)

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 77 с., 18 мал., 3 табл., 51 крыніца, 0 прыкл.

Ключавыя словы: АГРАЭКАТУРЫЗМ, АГРАСЯДЗІБЫ, СЕЛЬСКІ ТУРЫЗМ, ПРАБЛЕМЫ РАЗВІЦЦЯ, SWOT-АНАЛІЗ, Попыт на ПАСЛУГІ, СТАБІЛЬНАЕ РАЗВІЦЦЁ, ТУРЫСТЫЧНЫ ПРАДУКТ, ІНФРАЦЫЯ, ІНФРАЦЫЯ СЕЗОННАСЦЬ.

Аб'ект даследавання: Аграсядзібы Рэспублікі Беларусь як частка турыстычнага рынку і элемент сельскага турызму.

Мэта даследавання: Вывучыць сучасны стан суб'ектаў аграэкатурызму ў Рэспубліцы Беларусь, выявіць асноўныя праблемы іх развіцця і вызначыць перспектывыныя напрамкі ўдасканалення гэтай сферы.

Метады даследавання: Аналіз статыстычных дадзеных, анкетаванне спажыўцоў (на прыкладзе кліентаў "Бюро падарожжаў "Вентатур"), параўнальны аналіз (з міжнародным вопытам на прыкладзе Францыі), SWOT-аналіз, метады тэарэтычнага аналізу (вывучэнне сутнасці, спецыфікі), сістэматызацыя інфармацыі з навуковых і нарматыўных крыніц.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: Прааналізаваны крызісны стан аграэкатурызму ў Рэспубліцы Беларусь, выкліканы прыняццем шэрагу нарматыўных прававых актаў, выяўлены сістэмныя праблемы ў стане інфраструктуры, маркетынгу паслуг, сезоннасці бізнесу, падатковай нагрузцы, вывучаны попыт у аграэкатурызме пры дапамозе правядзення апытання спажыўцоў і прапанаваны рашэнні пералічаных праблем. Навізна заключаецца ў аналізе ўплыву заканадаўчых змяненняў на стан рынку аграэкапаслуг, у спалучэнні супастаўлення аб'ектыўных даных з меркаваннем спажыўцоў, у распрацоўцы лічбавай маркетынгавай мадэлі і адаптацыі замежнага вопыту да бягучых праблем у сферы аграэкатурызму Беларусі.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: Вынікі могуць быць выкарыстаны органамі дзяржаўнага кіравання ў сферы аграэкатурызму пры распрацоўцы стратэгій і планаванні інфраструктуры, уладальнікамі аграсядзіб для паляпшэння дзейнасці і маркетынгу, а таксама турфірмамі і профільнымі арганізацыямі для фарміравання турпрадуктаў і рэкамендацый.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

(подпіс студэнта)

ABSTRACT

Diploma thesis: 77 p., 18 fig., 3 tables, 51 source, 0 appendix.

Key words: AGROECOTOURISM, AGROOASTRES, RURAL TOURISM, DEVELOPMENT PROBLEMS, SWOT ANALYSIS, DEMAND FOR SERVICES, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, TOURISM PRODUCT, INFRASTRUCTURE, MARKETING, SEASONALITY.

Research object: Farmsteads of the Republic of Belarus as part of the tourism market and an element of rural tourism.

Research objective: To study the current state of agroecotourism entities in the Republic of Belarus, to identify the main problems of their development and to determine promising areas for improving this area.

Research methods: Analysis of statistical data, consumer surveys (using the clients of Ventotur Travel Agency as an example), comparative analysis (with international experience using France as an example), SWOT analysis, methods of theoretical analysis (study of the essence, specificity), systematization of information from scientific and regulatory sources.

The results obtained and their novelty: The crisis state of agroecotourism in the Republic of Belarus caused by the adoption of a number of regulatory legal acts was analyzed, systemic problems in the state of infrastructure, marketing of services, seasonality of business, tax burden were identified, demand in agroecotourism was studied through a consumer survey and solutions to the listed problems were proposed. The novelty lies in the analysis of the impact of legislative changes on the state of the agroecoservices market, in the combination of comparison of objective data with consumer opinion, in the development of a digital marketing model and the adaptation of foreign experience to current problems in the field of agroecotourism in Belarus.

Area of possible practical application: The results can be used by government bodies in the field of agroecotourism in developing strategies and planning infrastructure, by owners of agro-estates to improve activities and marketing, as well as by travel agencies and specialized organizations to form tourism products and recommendations.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

(student's signature)

ВВЕДЕНИЕ

Агроэкоутизм позволяет жителям городов, уставшим от повседневной суеты, насладиться живописной природой, погрузиться в деревенскую атмосферу и познакомиться с культурой и бытом местного населения. Развитие агроусадебного бизнеса в Беларуси не только способствует популяризации сельского образа жизни, но и вносит весомый вклад в экономическое развитие регионов, увеличивая доходы местного населения и создавая новые рабочие места.

Актуальность исследования обусловлена возрастающим спросом на агроэкоутизм туризм в Беларуси их значительным потенциалом для диверсификации экономики сельских регионов, повышения уровня занятости, а также для привлечения туристов, заинтересованных в экологически ориентированном и познавательном отдыхе. Агроусады способствуют решению ряда социальных проблем, таких как снижение оттока населения из деревень, сохранение природного ландшафта и повышение качества жизни сельского населения. Несмотря на все преимущества и перспективы, агроусады сталкиваются с рядом проблем, среди которых можно выделить отсутствие эффективной государственной поддержки, проблемы с формированием инфраструктуры, нехватку квалифицированного персонала и другие. В связи с этим актуальным является исследование современного состояния агроусадебного сектора в Республике Беларусь, выявление его проблем и разработка рекомендаций для успешного развития данной отрасли.

Цель исследования — изучение современного состояния субъектов агроэкоутизма в Республике Беларусь, выявление основных проблем развития агроэкоутизма и определение перспективных направлений совершенствования данной сферы.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть сущность агроэкоутизма и специфику его функционирования.
2. Выявить особенности туристического продукта, предлагаемого агроусадами.
3. Проанализировать текущее состояние агроэкоутистического рынка в Беларуси.
4. Изучить современные тенденции в развитии агроусадеб.
5. Выявить ключевые проблемы, препятствующие развитию агроэкоутизма в Республике Беларусь.
6. Предложить возможные пути решения выявленных проблем.

Объект исследования — агроусадьбы как часть туристического рынка Республики Беларусь.

Предмет исследования — особенности функционирования агроусадьб в Республике Беларусь в условиях современной экономической ситуации.

Теоретическая значимость исследования заключается в систематизации знаний о развитии агроэкотуризма как части туристического рынка Беларуси, а также в анализе его влияния на социально-экономическое развитие сельских регионов. Исследование посвящено изучению вопросов, связанных с особенностями управления агроусадьбами и эффективными стратегиями их развития.

Практическая значимость исследования состоит в том, что результаты и предложенные рекомендации могут быть использованы органами государственного управления, предпринимателями, работающими в сфере агроэкотуризма, а также специалистами, разрабатывающими программы развития сельского туризма.

ГЛАВА 1. ОСОБЕННОСТИ АГРОУСАДЕБ КАК ФОРМЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Сущность и специфика функционирования агроэкотуризма

Одним из приоритетных направлений в развитии туризма Беларуси является сельский туризм или агроэкотуризм, который включает посещение туристами сельской местности, отдых и оздоровление в экологически чистых районах.

Отдых в белорусской деревне предоставляет возможность широкого использования природных ресурсов в познавательных и рекреационных целях:

- туристические походы;
- экологические экскурсии;
- наблюдение необычайных природных явлений, редких животных и птиц;
- занятия специфическими видами активного отдыха (охота, рыбная ловля, фотоохота, сбор грибов и ягод, катание на лошадях, баня и т.п.).

Использование элементов национального колорита приобщает отдыхающих к традиционному укладу жизни белорусской деревни. В меню включаются белорусские национальные блюда и напитки. К услугам туристов — кулинарные мастер-классы по хлебопечению, плетению из лозы и соломы, кузнечному и гончарному делу, вязанию венков и многое другое.

Агроэкотуризм — это еще и возможность познакомиться с культурой и историей местности.

В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь № 351 (далее Указ), «Агроэкотуризм представляет собой деятельность, направленную на предоставление возможности агроэкотуристам познакомиться с природным, сельскохозяйственным и культурным потенциалом республики, а также национальными традициями во время отдыха, оздоровления и временного пребывания в агроусадебках» [27].

Агроэкотуризм в Беларуси, ориентированный на отдых в сельской местности, базируется на богатом культурном наследии и природных ресурсах страны. Его развитие имеет исторические корни, когда в Западной Беларуси туристам предлагали отдых в помещениях мелкой шляхты. Сельский туризм получил значительное развитие в 1920-30-е годы, когда появились санатории и дачные поселки. С конца 1950-х годов начали развиваться туристские базы,

маршруты в сельской местности и музеи под открытым небом, такие как Музей народной архитектуры и быта.

В 2002-2003 гг. начали появляться первые агроусадьбы, положившие начало организованному агроэкотуризму [29].

Началом развития классического агроэкотуризма Беларуси в той форме, в которой он дошел до нас, принято считать 2002 год, когда было создано первое региональное общественное объединение «Агро- и экотуризм», которое через год трансформировалось в национальную организацию — Белорусское общественное объединения «Отдых в деревне».

Опыт деятельности общественных организаций Европы в сфере сельского туризма позволяет выявить следующие закономерности:

- правовая легализация сельского туризма и налоговые льготы придают его развитию взрывной характер;
- регулирование сельского туризма должно осуществляться на национальном уровне;
- создание ассоциации на ранней стадии ускоряет развитие сельского туризма;
- сельский туризм должен сосредоточиться в первую очередь на внутреннем рынке;
- «человеческий фактор» — основа сельского туризма, поэтому обучению и воспитанию персонала следует уделять самое пристальное внимание [31].

Более 3 000 агроусадоб на данный момент предоставляют широкий спектр услуг: культурные программы, отдых на природе и семейные развлечения; также они способствуют сохранению культурных традиций и создают рабочие места.

Как направление устойчивого развития сельской местности, агроэкотуризм предлагает разнообразие моделей, которые адаптируются к особенностям местной природы, культуры и экономики. Каждая из моделей, которые представлены на рисунке 1.1, ориентирована на сохранение экосистем, поддержку местных сообществ и создание уникального туристического продукта.

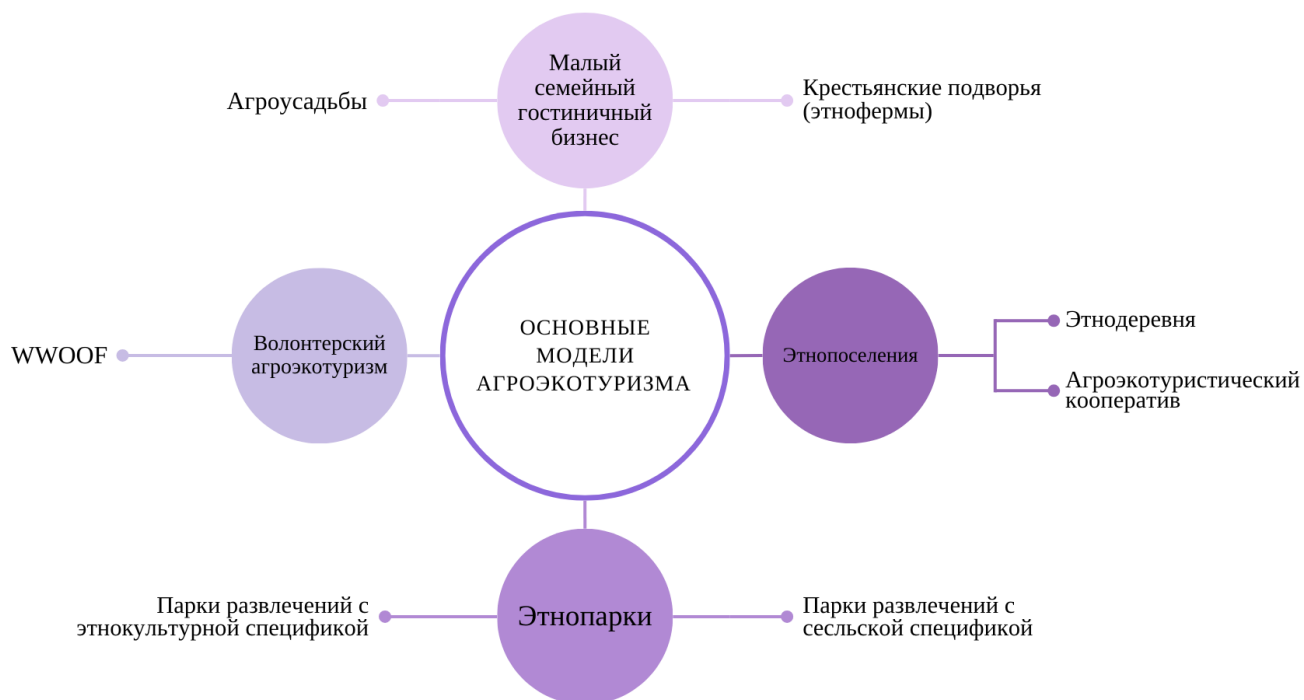


Рисунок 1.1 — Основные агротуристические модели

Примечание. Собственная разработка на основе [36]

1. Малый семейный гостиничный бизнес.

Сюда входят агроусадьбы и крестьянские подворья (этнофермы). Здесь туристам предлагают погружение в традиционный уклад жизни, проживание в сельских домах и участие в хозяйственной деятельности бизнеса.

2. Этнопоселения включают:

- Этнодеревня, которая может представлять собой:
 - Национальную деревню, где туристы знакомятся с традиционным образом жизни.
 - Этнокультурные и музейно-этнографические комплексы, такие как «Дудутки» и «Строчицы».
- Агротуристический кооператив, где местные жители совместно ведут агротуристический бизнес, как, например, маршрут «Воложинские гостинцы».

3. Этнопарки.

Представляют собой парки развлечений с этнокультурной или сельскохозяйственной спецификой, например, этнопарк или агропарк.

4. Волонтерский агротуризм.

Туристы получают жилье и питание за участие в сельхозработах, что популярно в рамках международной программы WWOOF¹.

¹ (от англ. World Wide Opportunities on Organic Farms - Всемирные Возможности на Органических Фермах)

Эти модели отражают тенденцию к индивидуализации и доступности агроэкотуристических услуг, привлекая широкий круг туристов благодаря разнообразию и сравнительно низкой стоимости.

Агроусадьбы выполняют роль одного из ключевых элементов сельского туризма. Каждый вид агроэкотуризма вносит вклад в поддержку сельской экономики и культуры. Однако, именно агроусадьбы, как наиболее востребованный вариант, стали главным местом для реализации идей экологического туризма, давая возможность проникнуться подлинным деревенским укладом.

Агроусадьбы занимают значительную нишу в агроэкотуризме, функционируя как особенный вид туристической деятельности, соединяющий черты экологического, культурного и образовательного туризма. Они представляют собой небольшие сельские гостиницы или фермерские хозяйства, предлагающие гостям глубокое погружение в традиционную сельскую жизнь, участие в сельских работах, знакомство с культурным наследием и природой региона.

Основные характеристики агроусадоб как элемента сельского туризма:

1. Аутентичность опыта.
2. Экономическое развитие региона.
3. Экологическая устойчивость.
4. Разнообразие туристического предложения.

При анализе данного вида размещения необходимо упомянуть ключевые характеристики, которые относятся к агроусадобам. Благодаря усадобам туристы получают опыт проживания и деятельности в условиях традиционного сельского быта. Также они следуют принципам экологического туризма, включая органическое земледелие и поддержание природных ландшафтов, и часто ориентированы на ограниченное число посетителей, обеспечивая уютную и комфортную атмосферу.

Для привлечения туристов и обеспечения комфортного пребывания агроусадьбы должны соответствовать определенным инфраструктурным требованиям:

- «обеспечение базового комфорта в размещении, включая наличие удобств, чистоты и автономного отопления;
- наличие дорог или подъездных путей, а также парковок;
- частные хозяйства предоставляют туристам не только места для проживания, но и инфраструктуру для отдыха (террасы, детские площадки) и доступа к природным объектам (озера, парки)» [51].

Правовое регулирование агроусадобной деятельности в Беларуси осуществляется посредством принятия Указа Президента Республики Беларусь и постановлений Совета Министров.

В Указе перечислены требования к регистрации агроусадьбы как субъекта туристической деятельности:

«7. Для осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма субъекты агроэкотуризма обязаны в отношении каждой агроусадьбы представить в районный исполнительный комитет заявление об осуществлении деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма по форме, установленной Министерством спорта и туризма.

Порядок осуществления районными исполнительными комитетами административной процедуры по принятию решения об осуществлении деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма в части, не урегулированной законодательными актами, определяется Советом Министров Республики Беларусь.

Субъекты агроэкотуризма вправе оказывать услуги в сфере агроэкотуризма на территории соответствующей агроусадьбы со дня принятия решения районного исполнительного комитета об осуществлении деятельности по оказанию таких услуг» [27].

Хозяйства регистрируются по упрощенной процедуре, что стимулирует развитие сектора, и обязаны предоставлять финансовую отчетность, а также подлежат специальному налогообложению.

1.2 Особенности туристического продукта в агроусадьбах

Виды услуг, которые владельцы агроусадоб имеют право предоставлять своим гостям, представлены в таблице 1.1:

Таблица 1.1 — Виды услуг в сфере агроэкотуризма

№	Вид услуги	Описание	Особенности/ограничения
1.	Предоставление комнат в агроусадьбе для размещения агротуристов	Сдача в аренду благоустроенных комнат для временного проживания. Обстановка включает элементы местного колорита.	Помещения должны соответствовать санитарным нормам.
2.	Обеспечение агротуристов питанием	Приготовление блюд из продукции собственного производства. Акцент на экологически чистых и местных продуктах.	Возможность предложить авторские рецепты или традиционные блюда.
3.	Проведение презентаций, юбилеев, банкетов	Организация мероприятий: свадьбы, дни рождения, корпоративы. Включает	С 2023 года запрещено проводить мероприятия вблизи жилых домов без письменного согласия

		украшение залов, фуршеты, банкеты.	соседей. Исключение — помещения агроусадьбы.
4.	Оказание услуг бань, саун и душевых	Предоставление доступа к баням и саунам. Дополнительные услуги: массаж, ароматерапия, травяной чай.	Часто стилизованы под деревенский стиль.
5.	Проведение мастер-классов	Обучение традиционным ремеслам (гончарство, ткачество, плетение), кулинарным навыкам (национальные блюда).	Помогает туристам глубже погрузиться в атмосферу сельской жизни.
6.	Катание на животных и гужевом транспорте	Организация прогулок на лошадях, телегах, санях или каретах.	Особенно востребовано зимой.
7.	Транспортное обслуживание агротуристов	Перевозка туристов: трансферы, поездки к экскурсионным объектам, доставка к вокзалам.	Возможность повысить удобство для туристов.
8.	Проведение спортивно-массовых, физкультурно-оздоровительных и культурных мероприятий	Организация спортивных соревнований, йоги, пеших и велопрогулок, концертов, фольклорных фестивалей, вечеринок.	Направлено на активный отдых и культурное обогащение.
9.	Предоставление инвентаря для спорта и отдыха	Сдача в аренду инвентаря: велосипеды, лодки, рыболовное снаряжение, лыжи, спортивное оборудование.	Услуги зависят от сезона. Например, лыжи зимой, лодки летом.

Примечание. Собственная разработка на основе [27]

Сезонность формирует специфику ведения агроэкотуристического бизнеса. Владельцы агроусадёб подчеркивают, что основной доход приходится на лето, когда загрузка номеров достигает максимума. Например, хозяин усадьбы «Апельсин» в Витебской области отмечает, что летний сезон — это время, когда практически все бронирования закрыты заранее, а доходы позволяют вкладываться в развитие инфраструктуры. Минимальная стоимость аренды дома в летний период достигает 240 рублей в сутки.

Аналогично, владелец агроусадьбы на Браславских озерах «Устье ЛАЙФ» Юрий Жерко сообщил, что к началу марта у него уже забронированы все места на лето, а туристы начали резервировать отдых на осень. Это свидетельствует о высокой востребованности услуг в тёплый сезон, когда

туристы ищут отдых на природе, особенно в местах с живописными пейзажами и водоемами.

Межсезонье, включающее осень (после сентября), раннюю весну и зимний период, характеризуется значительным снижением туристического потока. Хозяин усадьбы «Апельсин» отмечает, что в этот период повышать цены на аренду бессмысленно, так как это может привести к полной потере туристов.

Опыт показывает, что основные бронирования на летний сезон начинаются в мае. Причем российские туристы резервируют отдых заранее, в отличие от белорусов, которые склонны бронировать отдых ближе к сезону отпусков [17].

Летний период позволяет компенсировать низкие доходы в межсезонье. Заработанные средства обычно вкладываются в улучшение инфраструктуры, это повышает комфорт и привлекает новых гостей.

Тем не менее, межсезонье остается проблемой для владельцев агроусадоб. Для его преодоления требуются усилия по разработке новых форматов отдыха, таких как банные услуги, мастер-классы, активные зимние развлечения или проведение мероприятий, направленных на поддержание туристического интереса круглый год.

Агроусадьбы привлекают широкий круг туристов благодаря уникальному сочетанию природы, традиционного быта и экологически чистого отдыха. Целевая аудитория таких объектов включает как местных жителей, так и иностранных гостей, которые ищут уединение от городской суеты, возможность соприкоснуться с культурой и историей сельской местности, а также насладиться спокойным отдыхом на природе. На рисунке 1.2 представлена схема целевой аудитории, которая сформировалась с течением развития агроэкотуризма в Беларуси:

- семьи с детьми;
- молодые пары (25-35 лет);
- компании друзей (25-40 лет).



Рисунок 1.2 — Целевая аудитория белорусских агроусадьб

Примечание. Собственная разработка на основе [12]

Для каждой из представленных групп характерны свои особенности, потребности и предпочтения, что обуславливает разнообразие предлагаемых услуг и форматов отдыха.

1. Семьи с детьми (городские жители в возрасте 28-45 лет со средним уровнем дохода и выше). Чаще всего это семьи с одним или двумя детьми дошкольного или школьного возраста. Работают в Минске или других крупных городах, хотят провести время вдали от городской суеты, обеспечивая детям безопасный и полезный отдых.

Их потребности:

- Безопасное пространство для детей (огороженные территории, игровые площадки).
- Экологически чистое питание (фермерские продукты или местного производства).
- Семейные игры, катание на велосипедах, рыбалка или прогулки на природе.

Агроусадьбы для семей с детьми стараются соответствовать этим запросам и предлагают удобные условия для проживания, специальное детское меню и программ для всестороннего развития ребенка.

2. Молодые пары (активные городские жители в возрасте 25-35 лет, в большинстве без детей) Относятся к категории среднего уровня

дохода и работают в разных сферах. Данная целевая группа предпочитает уединение вдали от города и ценит качественный отдых.

В их потребности входят:

- Необходимость личного пространства, возможность побыть наедине с собой в тишине.
 - Привлекательное оформление, наличие комфортных зон для отдыха.
 - Дополнительные услуги, например, SPA-процедуры, бани, возможность организации романтических ужинов или экскурсий.
 - Бесплатный доступ к Wi-Fi и возможность заказа нестандартных услуг, таких как организация пикника или фотосессии.
3. Компании друзей (группы людей 25-40 лет с уровнем дохода от среднего и выше). Например, коллеги по работе или просто друзья, которые хотят весело провести время вместе. Для них особенно актуальны возможности для активного досуга и празднования.

Потребности:

- Просторные общие зоны для общения, например, террасы или беседки для больших компаний.
- Активный отдых со спортивным инвентарем (велосипеды, лодки) и разными видами спортивных игр (волейбол, футбол)
- Проведение праздников и мероприятий.
- Транспортная доступность и отсутствие строгих временных ограничений.

Для таких групп агроусадьбы часто предлагают аренду на длительный период, организации мероприятий и гибкие условия пребывания.

Все описанные выше категории целевой аудитории агроусадоб имеют свои отличительные особенности и потребности. Это требует от владельцев хозяйств гибкой модели предоставления услуг и разработке индивидуальных предложений. Усадьбы могут активно привлекать гостей и обеспечивать стабильный спрос на предоставляемые услуги, если владельцы будут учитывать все предпочтения целевой аудитории.

Говоря о ценообразовании в агроусадьбах, формирование цен на услуги агроусадоб зависит от нескольких факторов, включая налоговые и экономические изменения.

В последние два года в Беларуси произошли значительные изменения в налогообложении деятельности усадоб. Произошло увеличение ежемесячного сбора с 1 января 2024 года за каждую агроусадьбу с 37 до 40 рублей в месяц [30].

Также с 1 октября 2024 года владельцы агроусадоб обязаны выплачивать взносы в Фонд социальной защиты населения (ФСЗН) в размере 29% от

дохода; при отсутствии дохода взносы рассчитываются от минимальной заработной платы, что составляет не менее 181,54 рубля в месяц [26].

В конце 2022 года был принят Указ №351, требующий обязательной перерегистрации агроусадеб в местных органах власти. Те, кто не прошел перерегистрацию, лишаются льготных условий и обязаны платить налог на профессиональный доход: «Ставка НПД составляет 10 процентов, если доход получен от граждан, иностранных организаций и ИП, а также от белорусских организации и ИП, если сумма дохода не превышает 60 000 рублей в год.

Если сумма дохода от белорусских организаций и ИП превышает 60 000 рублей в год, то ставка налога возрастает до 20 процентов из суммы превышения» [25, 18].

Изменение налоговой нагрузки и увеличение обязательных платежей ведет за собой рост расходов. Для компенсации этих затрат и сохранения рентабельности, владельцам необходимо пересматривать ценовую политику. Эти меры и приводят к повышению цен на услуги агроусадеб.

На ценообразование также влияют общие экономические условия, такие как, например, инфляция, рост цен на продукты и услуги, а также изменение спроса на тур услуги.

Формирование туристического предложения — это процесс создания уникального набора услуг, направленных на удовлетворение потребностей целевой аудитории и повышение конкурентоспособности предприятия. Данный процесс включает несколько этапов и базируется на анализе рыночного спроса, ресурсов самой агроусадьбы и текущих трендов в туризме [45].

Формирование проходит несколько этапов (рис. 1.3).

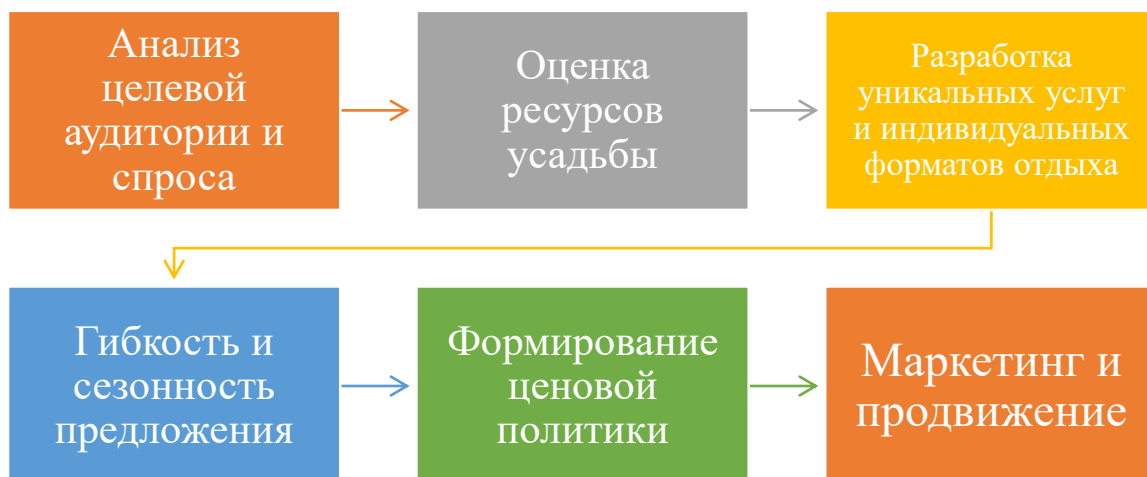


Рисунок 1.3 — Формирование туристического предложения

Примечание. Собственная разработка

Агроусадьбы анализируют потребности своих клиентов, которые можно разделить на три основные категории, упомянутые выше. Каждая группа

имеет свои предпочтения. Данные о потребностях и портрете целевой аудитории помогают адаптировать предложение под каждую из категорий.

Туристическое предложение формируется на основе анализа доступных ресурсов, которые находятся в распоряжении усадьбы. Например, близость к озерам, рекам и лесам, исторические или этнографические особенности региона, инфраструктурные особенности и наличие удобств (бани, сауны, спортивные площадки, Wi-Fi, оборудованные кухни).

Чтобы иметь конкурентное преимущество на рынке, усадьбы предлагают услуги, которые отличаются от предложения на рынке. Это может включать организацию мастер-классов различной направленности, проведение экскурсий по местным достопримечательностям, конные прогулки, тематические мероприятия, наличие SPA-зон, фотозон и так далее.

Туристическое предложение агроусадьб должно адаптироваться к сезонности, то есть летом услуги включают в себя рыбную ловлю, катание на лодках, сбор ягод и грибов, купание, катание на велосипедах, в то время как зимой акцент делается на катание на санях или лыжах, организацию рождественских праздников, вечерних ужинов.

Ценообразование в усадьбах определяется несколькими ключевыми факторами, упомянутыми ранее: уровнем комфорта, разнообразием предоставляемых услуг, налоговой нагрузкой и сезонными колебаниями спроса. Кроме того, можно предлагать скидки и специальные предложения для постоянных гостей или во время праздников.

Агроусадьбы занимают важное место в сфере туризма Беларуси. Они содержат в себе элементы экологического, культурного, исторического и познавательного туризма, сохраняют традиции и природные ландшафты.

Предложение современных агроусадьб представляет собой комплексный продукт, выходящий за рамки простого предоставления проживания и питания. Он включает организацию образовательных мастер-классов и разнообразных форм активного отдыха. При этом особое значение придается сезонной дифференциации услуг и формированию уникального торгового предложения, направленного на привлечение целевых групп.

Для обеспечения устойчивого и эффективного функционирования таких объектов ключевым является глубокое понимание и удовлетворение потребностей целевой аудитории. Не менее важно умение интегрировать аутентичные элементы местного колорита, предлагать услуги, конкурентоспособные на туристическом рынке, а также оперативно адаптироваться к динамичным изменениям в сферах налогового и экономического регулирования.

Таким образом, проведенный анализ позволяет мне заключить, что агроэкотуризм является значимым фактором в развитии туристической

отрасли Беларуси. Он не только обеспечивает возможности для самобытного и запоминающегося отдыха, но и играет существенную роль в поддержке местных сообществ, а также в сохранении и популяризации экологического и культурного наследия страны.

ГЛАВА 2. МЕСТО АГРОУСАДЕБ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

2.1 Анализ состояния агротуристического рынка Беларуси

Агроэкотуризм в Беларуси представляет собой важный сегмент туристической отрасли, способствующий развитию сельских территорий, сохранению культурных традиций и улучшению экономического положения регионов. Анализ состояния агротуристического рынка позволяет выявить ключевые тенденции, сильные и слабые стороны, а также определить направления для дальнейшего роста и повышения конкурентоспособности данного сектора.

Агроэкотуризм — сравнительно молодое направление, и он демонстрирует колеблющуюся динамику. Сначала наблюдается рост: увеличивается число предприятий, туристический поток и выручка от реализации предоставляемых услуг — затем наблюдается спад в связи с изменениями в различных сферах деятельности, связанных с туризмом, в частности с агроэкотуризмом. Подробные данные представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 — Динамика основных показателей агроэкотуризма в Республике Беларусь

	2020	2021	2022	2023	2024
Число субъектов агроэкотуризма, единиц	2936	3 150	3 043	2 409	1 408
Численность туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, тыс. человек	433,3	563,6	559,8	450,4	427,5
граждан Республики Беларусь	424,2	551,4	540,5	432,8	413,6
граждан других стран	9,1	12,2	19,3	17,6	13,9
Сумма, полученная в оплату предоставленных услуг, млн. руб.	24,4	30,8	33,5	27,8	-

Примечание. Собственная разработка на основе [38, 40].

Анализ развития агроэкотуризма в Беларуси показывает рост, несмотря на колебания, обусловленные изменениями в законодательстве. Так,

доходность сектора колеблется из года в год: сумма, полученная за предоставленные услуги, увеличилась с 24,4 млн. руб. в 2020 году до 33,5 млн. руб. в 2022 году, после чего снизилась до 27,8 млн. руб. в 2023 году, в связи с сокращением количества субъектов хозяйствования.

Численность туристов демонстрировала негативную динамику, достигнув пика в 2021 году (563,6 тыс. человек), а затем в 2024 году составив 427,5 тыс. человек. При этом доля иностранных туристов оставалась незначительной.

По состоянию на 2024 год, Минская область лидировала по числу обслуженных туристов (122 787 человек), а Витебская область показала наименьший показатель (42 701 человек). Таким образом, несмотря на сильный спад в 2023 году, агроэкотуризм в Беларуси остается востребованным, главным образом, среди внутренних туристов.

Что касается количества субъектов агроэкотуризма, то с 2020 по 2021 год, сектор демонстрировал положительную динамику. Число агроусадоб увеличилось с 2936 до 3150 единиц, что составило прирост примерно в 7,3% (рис. 2.1). 2021 год стал пиковым по количеству зарегистрированных агроусадоб, что обусловлено возросшим спросом на внутренние путешествия и отдых на природе в условиях ограничений на международные поездки.



Рисунок 2.1 — Динамика изменения численности субъектов агроэкотуризма
Примечание. Собственная разработка на основе [9,38]

Однако уже в 2022 году наметился небольшой спад: количество субъектов сократилось до 3043, что на 107 единиц (или 3,4%) меньше, чем в пиковом 2021 году. Это снижение могло быть незначительной рыночной коррекцией после активного роста или первым сигналом об изменении внешних условий, но в целом число действующих усадоб оставалось на высоком уровне, близком к пиковым значениям.

Переломным моментом стал 2023 год, когда произошло резкое и существенное падение числа агроусадоб — с 3043 до 2409 единиц. За год сектор потерял 634 субъекта, что примерно равно сокращению на 20,8%. Этот обвал напрямую связан с введением в действие новых законодательных норм в сфере агроэкотуризма, которые начали применяться с конца 2022 — начала 2023 года. Эти изменения включали обязательную перерегистрацию усадоб по новым правилам, существенное увеличение фиксированных сборов, введение обязательных отчислений в Фонд социальной защиты населения и переход на уплату налога на профессиональный доход для многих субъектов, не прошедших перерегистрацию или не соответствующих новым критериям.

Значительные изменения также произошли после 2023 года. Количество субъектов агроэкотуризма упало с 2409 до 1408 единиц. Потеря составила 41,5% (1001 субъект) всего за один год. Такое стремительное сокращение подтверждает исключительно негативное и, вероятно, для многих непосильное влияние ужесточившейся нормативно-правовой базы и возросшей фискальной нагрузки на отрасль.

Таким образом, за период с 2020 по 2024 год общее количество субъектов агроэкотуризма в Беларуси сократилось с 2936 до 1408, то есть на 1528 единиц, что составляет падение на 52%. Если сравнивать с пиком 2021 года (3150 субъектов), то сокращение еще более значительное — на 1742 единицы, или 55,3%. Динамика последних лет ясно указывает на то, что короткий период роста сменился стремительным и глубоким спадом, который особенно ускорился в последний год. Текущая цифра в 1408 субъектов является свидетельством состояния глубокого кризиса в белорусском агроэкотуризме, спровоцированного в первую очередь изменениями в законодательном регулировании и налогообложении, которые сделали ведение этого бизнеса нерентабельным или чрезмерно сложным для более чем половины прежних участников рынка.

Для более глубокого понимания текущего состояния агроэкотуризма в Беларуси важно рассмотреть его географическое распределение. Различия в числе агроусадоб, а также в туристической активности по регионам позволяют выявить ключевые точки роста и особенности их развития. Такой анализ помогает определить, какие области являются наиболее привлекательными для туристов, а где требуется усиление инфраструктуры и продвижения. Количественное распределение усадоб по областям представлено на рисунке 2.2.

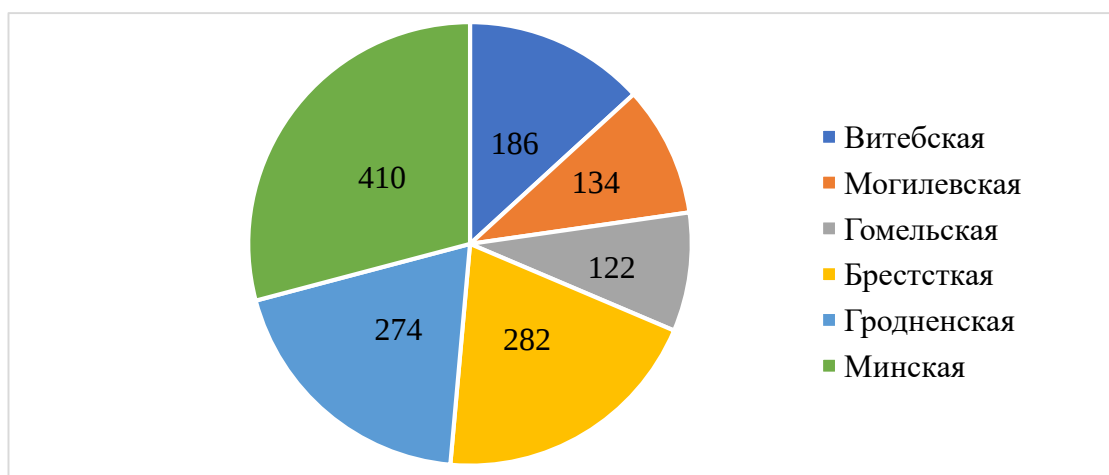


Рисунок 2.2 — Число субъектов агрттуризма по областям на 03.03.2025

Примечание. Собственная разработка на основе [9, 38]

Географическое распределение субъектов агроэкотуризма в Республике Беларусь демонстрирует значительные различия между областями, которые обусловлены совокупностью природных, экономических и инфраструктурных факторов. Лидером по числу агроусадеб является Минская область, где зарегистрировано 410 субъекта. Это объясняется центральным расположением региона, высокой плотностью населения, развитой инфраструктурой и разнообразием природных и культурных достопримечательностей. Близость к столице обеспечивает постоянный поток туристов, а транспортная доступность делает этот регион наиболее удобным для организации и посещения агроусадеб.

Второе место занимает Брестская область (282 субъектов). Этот регион также пользуется преимуществами своего приграничного положения, а национальный парк «Беловежская пуца» является важным объектом экологического туризма. Дополняют туристический потенциал области ее исторические памятники, которые являются чуть ли не самыми популярными среди всех, например, Брестская крепость или Дворец Пусловских, и способствуют интересу туристов.

Далее на третьем месте по числу агроусадеб занимает Гродненская область с 274 агроусадебями. Ее популярность связана с расположением у границы с Литвой и Польшей, что привлекает не только внутренних, но и иностранных туристов. Область известна своими уникальными историко-культурными объектами, а именно замками и крепостями, а также природными зонами, что делает регион одним из наиболее привлекательных для туризма.

Витебская область, где действует 186 агроусадеб, характеризуется умеренным развитием агроэкотуризма. Сильными сторонами региона являются богатые природные ресурсы, включая озера, болота, леса,

национальные парки, заказники, а также культурные мероприятия, такие как «Славянский базар» и «Viva Braslav», которые привлекают не только белорусских, но и иностранных туристов.

Достаточно скромное развитие данного вида туризма наблюдается в Могилевской области, где насчитывается всего 134 субъекта. Причинами этого являются ограниченный туристический потенциал, отсутствие крупных природных или культурных объектов национального значения, а также недостаточная инфраструктура и низкий уровень инвестиций в сферу туризма.

Последнее место занимает Гомельская область со 122 агроусадьбами. Такой низкий уровень развития можно объяснить рядом факторов, включая катастрофу на Чернобыльской АЭС, которые продолжают оказывать негативное влияние на туристический потенциал региона. Помимо прочего, в регионе отсутствуют заповедники и природоохранные территории, а экономические особенности региона препятствуют развитию частной инициативы в сфере туризма.

Следовательно, то, как распределены объекты агроэкотуризма на территории Беларуси, обусловлено наличием доступа к природным ресурсам и культурному наследию, качеством инфраструктуры и уровнем экономической активности региона. Минская, Гродненская и Брестская области обладают высоким туристическим потенциалом, в то время как Могилевская и Гомельская области нуждаются в большем объеме инвестиций и активной деятельности по продвижению своих ресурсов.

Несмотря на различные колебания в развитии, агроэкотуризм является одним из наиболее быстрорастущих секторов туристической индустрии Беларуси. Национальная стратегия развития туризма до 2035 года (далее — НСРТ) направлена на его дальнейшее развитие и усиление роли в социально-экономическом развитии страны [24].

В соответствии с НСРТ до 2035 года планируется внедрить в управление агроэкотуризмом инновационные подходы, основанные на принципах креативной экономики и кластерного развития [8]. Агроэкотуристический кластер объединяет сотрудников особо охраняемых природных территорий, ремесленников, предпринимателей, местные органы управления, волонтеров, учебные заведения, санатории, культурные центры и музеи. Цель такого объединения — совместными усилиями улучшить качество и разнообразие туристических услуг, соблюдая экологические и устойчивые принципы.

При поддержке ПРООН в Беларуси созданы четыре агроэкотуристических кластера:

1. «Озера». Расположенный в регионе с многочисленными озерами и живописной природой, кластер специализируется на развитии водного туризма, рыболовстве и организации экотуров. Здесь

активно развиваются агроусадьба, предлагающие блюда местной национальной кухни и ремесленные мастер-классы

2. «Налибокский». Расположен недалеко от Налибокской пуши, одного из крупнейших лесных массивов Беларуси. Кластер ориентирован на активный отдых, а именно пешеходные и велосипедные маршруты и наблюдение за дикой природой. Он также известен своей работой по защите редких видов животных и растений.
3. «Эко-Росы». Данный кластер фокусируется на развитии органического земледелия и экотуризма. Усадьбы предлагают органическую продукцию, мастер-классы по традиционным методам ведения сельского хозяйства и экскурсии по фермам. Особое внимание уделяется экологическому образованию туристов.
4. «Освейский». Он расположился в исторически и культурно значимом районе на севере Беларуси. Ключевое направление – культурный туризм с элементами экологии. Туристы могут осмотреть исторические места, принять участие в тематических праздниках и узнать о традициях.

Для каждого кластера был разработан комплексный подход, который включает в себя следующее:

- поддержку местных предпринимателей посредством развития субъектов агроэкотуризма, продвижения местной продукции и создания новых рабочих мест.
- интеграция местного населения в деятельность кластера, реализация обучения и повышение качества жизни в регионе.
- внедрение и реализация мероприятий по охране окружающей среды, создание устойчивых туристических маршрутов и экологическое просвещение гостей.

Деятельность кластеров ориентирована на объединение природных ресурсов, культурного наследия и хозяйственной деятельности для устойчивого развития регионов.

Для каждого кластера разработаны агроэкотуристические продукты, дополненные услугами местных участников. Например, в заказнике «Освейский» после экскурсии на остров Ду туристы могут посетить Верхнедвинский маслосырзавод и храм в неоготическом стиле в деревне Сарья. В заказнике «Озёры» путешествие по обновленной узкоколейной железной дороге включает посещение компании по производству мёда «Мядовы шлях», где туристы знакомятся с историей пчеловодства в регионе, участвуют в мастер-классах и дегустируют местный мёд и продукты на его основе [49].

Таким образом, кластерный подход играет важную роль в реализации принципов устойчивого развития в туризме, объединяет современные идеи с народными традициями и местным колоритом. Так, все выше перечисленное делает агроэкотуризм важным инструментом развития регионов и поддержания баланса между экономическими, экологическими и социальными аспектами.

2.2 Взаимосвязь агроусадеб с другими видами туризма

Белорусские агроусадыбы представляют собой значимый компонент туристической инфраструктуры, играющий ключевую роль в развитии различных форм туризма. Их исключительное расположение, богатый природно-культурный потенциал и широкий выбор предоставляемых услуг обеспечивают возможность интеграции в многообразные туристические направления. Сотрудничество агроусадеб с прочими видами туризма не только расширяет круг их целевых посетителей, но и способствует формированию комплексных туристических предложений, увеличивая привлекательность региона для туристов.

Агроусадыбы являются неотъемлемой составляющей экотуризма, поскольку они органично вписываются в природные зоны, предоставляя возможность отдохнуть вдали от городского шума, и ориентированы на экологически чистые формы досуга. Рассмотрим ключевые аспекты их взаимосвязи.

1. Экологические тропы, заповедники и заказники вблизи агроусадеб.

Беларусь располагает уникальным природным потенциалом: национальными парками, заповедниками, заказниками, лесами и водоемами, что делает агроусадыбы удобной отправной точкой для экотуристов.

Многие агроусадыбы расположены в непосредственной близости от национальных парков и заповедников, что позволяет туристам посещать охраняемые территории с минимальным ущербом для природы. В качестве примеров можно привести следующее:

- Национальный парк «Беловежская пуща» — рядом с ним работают агроусадыбы, предлагающие экскурсии по заповедным тропам, наблюдение за зубрами, посещение музея природы и вольеров с дикими животными.
- Браславские озера — сеть агроусадеб в этом регионе предлагает туристам участие в пеших и водных маршрутах, возможность наблюдать за редкими видами птиц и изучать ледниковые ландшафты.

- Березинский биосферный заповедник — агроусадьбы поблизости организуют экологические тропы с гидами, каное-туры по реке Березине, фотосафари на диких животных.

Более того, многие агроусадьбы сами организуют или поддерживают экологические маршруты, проходящие через леса, болота, поймы рек и другие природные зоны. Это способствует популяризации экотуризма и привлечению заинтересованных групп туристов. Далее будут представлены примеры экотроп:

- Экотропа «Каменные кресты» (Гродненская область) проходит через лесную зону, мимо древних камней и исторических объектов, рядом работают агроусадьбы, которые предлагают ночлег и экскурсии.
- Экотропа «Рамсарские болота» (Минская область) знакомит туристов с уникальной болотной экосистемой, а агроусадьбы предоставляют услуги ночлега и питания из местных и экологически чистых продуктов.

Кроме того, некоторые агроусадьбы заключают соглашение на сотрудничество с национальными парками и заповедниками и способствуют развитию экологических маршрутов, в том числе:

- Организация совместных экологических экскурсий с профессиональными гидами
- Поддержка волонтерских программ по восстановлению экосистем.
- Разработка и внедрение природоохранных проектов, таких как посадка деревьев и очистка водоемов.

2. Устойчивое развитие и экопринципы в деятельности агроусадб

В условиях глобального экологического кризиса все больше агроусадб Беларуси стремятся внедрять устойчивые принципы ведения деятельности.

Многие агроусадьбы ориентируются на использование экологичных материалов при строительстве и благоустройстве территории. Например, деревянные дома с соломенными крышами (усадьбы в Полесье), отделка глиной и известковыми красками для минимизации химических выбросов, а также использование солнечных батарей и систем автономного энергоснабжения (например, усадьба «Зелёный угол» в Витебской области).

Агроусадьбы поддерживают концепцию органического земледелия и животноводства: выращивание овощей, фруктов и зерновых без пестицидов и удобрений; разведение домашних животных на естественных кормах без применения антибиотиков; использование компостирования и минимизация отходов.

Например, экоусадьба «Заречаны» в Минской области предлагает гостям попробовать эко-продукты собственного производства и принять участие в сборе урожая.

Кроме того, агроусадьбы активно пропагандируют осознанное отношение к природе, например, проведение мастер-классов по экологическому строительству и обучение экологическим практикам.

Взаимосвязь агроусадоб Беларуси с экотуризмом проявляется в совместном развитии экологических маршрутов, сохранении природных объектов и популяризации экологически ответственного образа жизни. Агроусадьбы не только предлагают комфортный отдых в естественной среде, но и способствуют устойчивому развитию туризма, формируя экологическую культуру у туристов.

Внедрение экопринципов, сотрудничество с природоохранными организациями и развитие экотуристической инфраструктуры помогут Беларуси укрепить позиции на рынке экологического туризма и привлечь экологически сознательных путешественников.

Следующим видом туризма, который имеет взаимосвязь с агроусадьбами является культурно-познавательный туризм. Данный вид туризма в Беларуси изучением истории, традиций, народных ремесел и этнографического наследия. Агроусадьбы, благодаря своему расположению в сельской местности, становятся ключевыми субъектами для развития данного вида туризма.

Одной из ключевых форм вовлечения агроусадоб в культурно-образовательный туризм является организация мастер-классов по традиционным народным ремеслам. Однако далеко не все агроусадьбы предоставляют данный вид услуг. Основными направлениями мастер-классов в агроусадбах являются:

- Гончарное дело. Обучение лепке и росписи глиняной посуды, изготовление традиционных свистулек и игрушек. Например, в гончарной усадьбе «Акарына» (Витебская область) и агроусадьбе «Вяселая Хата» можно попробовать изготовить горшки и обжечь их в дровяной печи. [41, 15]
- Ткачество и вышивка. Знакомство с традиционными белорусскими узорами, обучение работе на ткацком станке или ручной вышивке. Например, в агроусадьбе «Вяселая Хата» туристы могут научиться плести аутентичные фенечки и браслеты, а в агроусадьбе «Дары Велеса» туристы могут соткать собственный пояс с узорами по традиционным мотивам [21, 42].
- Кузнечное дело. Участие в создании металлических изделий: подков, гвоздей, декоративных элементов. В агроусадьбе «Трабутишки» работают ремесленники и кузнецы, где туристы могут окунуться в атмосферу старинной кузницы и осмотреть инструменты и

оборудование, которые кузнец использовал для создания своих произведений [19].

- Изготовление кукол-оберегов. В усадьбе «Лесной уголок» туристы знакомятся с народными верованиями и создают традиционные куклы, такие как куклы-мотанки. После этого они могут забрать свою уникальную народную куклу домой [20].
- Изготовление масла. В агроусадьбах «Студинка» и «Дары Велеса» туристы могут узнать все тонкости и секреты процесса и узнать, как производить собственное масло высочайшего качества [42,43].

Кроме того, агроусадьбы могут стать неотъемлемой частью этнографических маршрутов, поскольку позволяют туристам окунуться в традиционный белорусский быт и узнать о быте прошлых веков. В качестве способов интеграции агроусадб в этнографические маршруты можно привести следующее:

- Посещение этнографических деревень. Включение агроусадб в маршруты по музеям под открытым небом, таким как Дудutki, Строчицы, Заславль. Туристам доступно размещение в агроусадбах, позволяющее проникнуться аутентичной атмосферой.
- Проживание в стилизованных домах. Некоторые агроусадьбы восстанавливают интерьеры старинных белорусских хат, где гости могут пожить в условиях, приближенных к традиционным.
- Фольклорные вечера. Проведение интерактивных программ с участием народных коллективов, исполнение песен, обучение традиционным танцам и знакомство с обрядами.

В агроусадбах также можно попробовать блюда, приготовленные по старинным рецептам с использованием экологически чистых продуктов. Это привлекает все больше туристов, стремящихся продегустировать местные угощения и узнать о всех тонкостях их приготовления. Популярными видами деятельности на усадьбах являются:

- Традиционный деревенский хлеб. Хлеб, выпеченный в дровяной печи из ржаной и цельнозерновой муки (фермерское хозяйство «Хлебовичи») [44].
- Белорусский сыр. Дегустация домашнего сыра и изучение истории и тонкостей его производства (ферма «Арт-Хутор») [39].
- Мед и продукты пчеловодства. Знакомство с различными видами меда, дегустация медовухи (ферма «Мир пчел») [22].
- Дегустация домашних наливок и настоек. Попробовав традиционные алкогольные напитки, туристы могут узнать об их истории (Ферма «Мир пчел») [22].

Агроусадьбы также могут принимать участие в кулинарных фестивалях, привлекая туристов дегустациями блюд и интерактивными программами. В качестве примеров фестивалей можно привести:

- Фестиваль драников «DranikFest» (Логойск). Соревнования по приготовлению драников с различными начинками.
- Фестиваль хлеба (Новогрудок). Демонстрация традиционного выпекания хлеба.
- Медовый фестиваль «Вкус мёда» (Вороново). Дегустация меда и продуктов пчеловодства.
- Кулинарный фестивал. «Мотальскія прысмакі» (Мотоль). Здесь представлены уникальные рецепты и знаменитые мотольские колбасы и пироги, лучшие блюда от местных хозяек, которые можно также продегустировать.

Агроусадьбы Беларуси играют важную роль в развитии культурно-образовательного и гастрономического туризма, предлагая туристам не только комфортный отдых, но и погружение в национальную культуру, традиции и кулинарию. Такое сотрудничество способствует сохранению наследия и повышению туристической привлекательности страны.

Современный рынок туризма все больше ориентируется на активные виды отдыха, сочетающие физическую активность и отдых на природе.

Беларусь известна своими многочисленными реками, а близлежащие агроусадьбы предлагают прокат лодок, байдарок и досок для серфинга. Самые популярные маршруты по рекам Неман, Березина, Вилия и Днепр.

Агроусадьбы, расположенные вблизи популярных велосипедных маршрутов, предлагают гостям возможность взять велосипеды напрокат и организовать познавательные экскурсии. В Гродненской области, например, есть маршруты вдоль Августовского канала, где туристы могут остановиться в агроусадьбах.

Для любителей природы усадьбы организуют походы в леса, национальные парки и заповедники. Например, в Беловежской пуще туристы могут остановиться в усадьбах, из которых начинаются экскурсии к вековым дубам и зубрам.

Многие агроусадьбы предлагают рыбалку на собственных прудах или аренду рыболовного снаряжения. В Витебской и Брестской областях популярны рыболовные туры на озера Нарочь и Лукомльское. Охотничьи хозяйства, например, в Гомельской области, сотрудничают с лесхозами и предоставляют своим гостям услуги опытных егерей.

Также, одним из самых востребованных вариантов отдыха на природе становится туристическое направление, которое включает в себя отдых на фермах с контактными зоопарками. Такой формат особенно интересен семьям

с детьми. Это позволяет им соприкоснуться с сельским укладом и даже поухаживать за животными. Например, агроусадьба «Дары Велеса» — это контактный мини-зоопарк, где туристы могут не только увидеть, но и покормить их и покататься.

Дополнительно, многие агроусадьбы приглашают своих гостей принять участие в сельскохозяйственных работах: поухаживать за скотом, помочь с кормлением животных, попробовать себя в роли сборщиков урожая. Например, в Брестской области действует усадьбы «Студинка», где туристы могут получить навыки доения коров.

Некоторые усадьбы специализируются на органическом земледелии и предлагают экскурсии по органическим фермам, дегустации свежей сельскохозяйственной продукции, мастер-классы по сыроделию и изготовлению меда.

В последние годы отмечается растущий интерес к оздоровительному туризму, который направлен на укрепление как физического, так и эмоционального здоровья. Белорусские агроусадьбы, находящиеся в экологически благоприятных районах, предоставляют прекрасную площадку для организации таких мероприятий. В них используются природные ресурсы, традиционные методики оздоровления, а также передовые оздоровительные технологии.

Уникальная усадьбы «Тихий сад» представляет собой пример сочетания агроэко- и оздоровительного туризма. Здесь предлагают различные оздоровительные программы, которые гармонизируют тело и душу, восстанавливают жизненную энергию и способствуют внутренней гармонии. Основное внимание в сфере оздоровительного туризма в усадьбе уделяется:

1. Йога и медитация

В агроусадьбе предлагается программа, сочетающее в себе различные стили йоги и медитации:

- «Йога и медитация в тихом саду». Интенсивная практика йоги, дыхательные упражнения и медитации для снятия стресса и получения энергии.
- «Йога для позвоночника». Специальные упражнения и асаны для укрепления спины и улучшения осанки, медитации и дыхательные упражнения.
- «Восстановление Ци». Сочетание медитаций, дыхательных техник и инь-йоги для восстановления жизненной энергии и гармонизации внутреннего состояния.

2. Телесно-ориентированные практики

Программы по работе с телом и снятию напряжения:

- «Телесно-трансформационный ретрит». Это комплексный оздоровительный подход с помощью физических упражнений, направленный на восстановление контакта с телом и снятие эмоциональных блоков.
- «Банно-массажный уикенд». Сочетание традиционных банных процедур и аюрведического массажа для детоксикации организма и достижения глубокого расслабления.

3. Специализированные ретриты

Усадьба предлагает уникальные программы для разных групп и интересов:

- «Женский ретрит». Практики по восстановлению женской энергии, самосознания и гармонизации внутреннего состояния.
- «Мужской ретрит». Открытый диалог и упражнения, которые помогают мужчинам преодолевать жизненные трудности, обрести уверенность в себе и найти пути к самореализации.
- «Аромаретрит». Погружение в мир ароматерапии, изучение воздействие эфирных масел на тело и разум, создавая персональные ароматы и практикуя медитацию.

4. Оздоровительные экскурсии

Для тех, кто ищет краткосрочные программы восстановления, усадьбы предлагает:

- «Давай уедем!». Уединение на природе с участием в семинарах о здоровом питании, банных процедурах, йога-сессиях на свежем воздухе и пеших прогулках.
- «Cyberdome Day». Знакомство с модульными домами Cyberdome, семинары о строительстве и отдых в экологически чистом пространстве.

Усадьбы «Тихий сад» предоставляет своим гостям уникальный опыт оздоровления. Каждая программа разработана с учетом индивидуальных потребностей участников, обеспечивая глубокую работу над собой и восстановление жизненных сил на природе [47].

Таким образом, белорусские агроусадьбы органично встраиваются в разные типы туризма, добавляя им самобытные черты. Такое взаимодействие не только расширяет круг потенциальных клиентов и улучшает финансовые показатели самих усадеб, но и вносит ощутимый вклад в развитие регионов, поддерживая культурное наследие и поощряя ответственное отношение к окружающей среде в туризме. Развитие такого взаимовыгодного сотрудничества является многообещающим вектором для усиления конкурентоспособности белорусской туристической сферы на международной арене.

2.3 Анализ агроусадеб Европы (на примере Франции) и возможность применения зарубежного опыта в Беларуси

Агроэкотуризм является одним из самых быстрорастущих и динамично развивающихся направлений в мировой индустрии туризма, которое, помимо Беларуси, также имеет особый отклик и в европейском сообществе. Его увеличивающуюся популярность можно объяснить сильной потребностью современных европейских граждан в аутентичных, экологических и ярких впечатлениях, напрямую связанных с природой, сельским бытом и местными культурными обычаями.

Согласно данным СВИ², сектор демонстрирует существенный экономический потенциал: в 2019 году объем мирового рынка агроэкотуризма был оценен в 69,24 млрд долларов США, при этом прогнозируется рост до 197,37 млрд долларов к 2032 году, что предполагает среднегодовой темп прироста в размере 8,8%.

Такой чересчур стремительный рост можно объяснить двумя основными факторами:

- со стороны предложения — стремлением владельцев хозяйств расширить источники дохода и повысить устойчивость своего бизнеса;
- со стороны спроса — желанием туристов познакомиться с принципами устойчивого и экологичного образа жизни, узнать о местных традициях и приобщиться к уникальной культуре сельской местности [27].

Проведенное исследование подтверждает высокий спрос на продукт сельского туризма: около 40% европейцев отдают предпочтение отдыху в сельской местности, а 39% выбирают уютные деревни и малые города. Эти цифры указывают на масштаб нераскрытого потенциала агроэкотуризма в Европе. Туристы предпочитают не только пассивный отдых, но и активное погружение в деревенскую жизнь: участие и помощь в фермерских работах, дегустация местных деликатесов, вин и традиционных блюд, а также наслаждение тишиной и покоем, природой и уединением вдали от городской суеты.

Особое место в данном контексте занимают такие страны, как Франция, Германия, Нидерланды, Испания, Великобритания и Италия, так как они вызывают наибольший интерес. В данных странах и по сей день достаточно сильны культурные связи с сельскими традициями и обычаями и

² (от англ. The Centre for the Promotion of Imports from developing countries) - Центр содействия импорту из развивающихся стран

наблюдается высокий спрос на отдых, который включает в себя историю, традиции, природу и гастрономию. При этом каждая страна демонстрирует свои личные национальные предпочтения:

1. **Франция:** французы ценят высокое качество еды и вин, традиционные методы земледелия, экологичные маршруты и возможность путешествовать вне туристического сезона.
2. **Испания:** испанцы стремятся поддерживать местные сообщества, выбирая деревни и природные территории, делая акцент на гастрономии и заботе об окружающей среде.
3. **Великобритания:** британцы всё чаще интересуются глэмпингом (отдых на природе со всеми удобствами и полноценным отельным обслуживанием), отдыхом на фермах и устойчивым туризмом. Для них важны удобство, комфорт, безопасность и возможность отдохнуть от городской суеты [2].

Помимо всего вышеперечисленного, агроэкотуризм также играет значительную роль в социально-экономическом развитии сельских территории Европы. Это новые рабочие места, чаще всего в сфере обслуживания, гостеприимства, производства традиционных продуктов питания и их торговли, а также самозанятость населения.

В качестве главных положительных последствий развития агроэкотуризма в целях расширения сельской экономики можно выделить следующие: уменьшение бедности и замедление миграционных потоков, особенно среди молодежи, что способствует сохранению демографического потенциала. Кроме того, агроэкотуризм укрепляет бюджет местных властей, увеличивая налоговые поступления.

Тесная связь европейского агроэкотуризма с принципами устойчивого развития является одной из его ключевых характеристик и конкурентных преимуществ. Многие фермерские хозяйства, вовлеченные в агроэкотуризм, активно внедряют экологически чистые методы ведения сельского хозяйства, используют возобновляемые источники энергии, минимизируют свой углеродный след, а объекты размещения часто строятся с использованием местных, экологичных материалов. Со стороны туристов также наблюдается рост внимания к экологическим аспектам путешествия — от выбора транспортных средств до потребляемых продуктов и мест проживания. Таким образом, агроэкотуризм способствует не только экономическому развитию, но и сохранению природного и культурного наследия, а также продвижению ответственного потребления.

Понимая важность агроэкотуризма в целом, Европейский союз и национальные правительства применяют меры для поддержки этого сектора. Разрабатываются программы финансирования, которые часто имеют

либеральный характер и нацелены на развитие инфраструктуры, поддержку малого и среднего бизнеса в сельской местности, переподготовку местного населения и содействие устойчивым формам туризма.

Примером успешной инициативы является программа «Leader», которая фокусируется на поддержке проектов, инициированных местными сообществами «снизу-вверх». Профессиональные ассоциации, такие как, например, Европейская федерация сельского туризма «Eurogates», играют важную роль, которая способствует стандартизации услуг, обмену опытом и совместным продвижением рынка. Правительственное регулирование использует ряд инструментов, включая экономические (льготы, субсидии), психологические и социально-теоретические меры, направленные на стимулирование экономической диверсификации сельских районов, развитие человеческого капитала, улучшение качества жизни и сохранение культурного наследия [5].

Особенности развития европейского агроэкотуризма можно проанализировать на примере Франции.

Как форма сельского туризма, агроэкотуризм во Франции позволяет посетителям окунуться в сельскую жизнь, а также помогает местным фермерам. Учитывая перенаселенность таких популярных туристических мест, как Париж, агроэкотуризм дает возможность увидеть уникальные регионы французской провинции, а также способствует развитию сельских районов и сохранению культуры.

Несмотря на то, что Франция является ведущим сельскохозяйственным производителем в Европе, многие фермеры испытывают финансовые трудности. Агроэкотуризм предоставляет местным фермерам дополнительный источник дохода, а также позволяет фермерам предлагать посетителям уникальные впечатления, которые включают в себя жизнь на ферме, помощь в выполнении сельскохозяйственных работ и дегустацию местных продуктов [3].

Во Франции агротуристический рынок переживает период существенного подъема. Эксперты прогнозируют, что к 2030 году объем выручки достигнет 452,4 миллиона долларов, что соответствует среднегодовому росту в 11,7% в период с 2025 по 2030 год. Самыми востребованными направлениями являются активный отдых на свежем воздухе и образовательный туризм, демонстрирующий наибольшую динамику [1].

В последние годы сельские общины по всей Франции все больше применяют устойчивые практики для повышения туризма, сохраняя при этом их культурную идентичность. Проект «Petites Cités de Caractère»³, который

³ (от фр. Petites Cités de Caractère) - Небольшие города с характером

начался в Бретань (регион в северо-западной части Франции), объединяет почти 200 небольших исторических городов, которые работают над сохранением своего наследия с помощью устойчивых проектов, таких как музеи, сады и мероприятия. Города, такие как Молеон и Шатожирон, иллюстрируют, как можно использовать туризм для защиты исторических зданий и создания новых рабочих мест посредством экскурсий и мастерских по ремеслу.

Сельские районы во Франции все больше получают выгоду от туристического движения благодаря популярности агроэкотуризма. Например, платформы, такие как «Airbnb»⁴, вносят значительный вклад в финансовое благополучие небольших сообществ, причем до 30% туристического налога от «Airbnb» отправляются в общины с менее чем 3500 жителями, что позволяет им в дальнейшем инвестировать в развитие местных проектов и устойчивый туризм [4].

Франция разработала широкий спектр вариантов размещения, которые поддерживают устойчивый образ жизни. Например, инициатива под названием «The Slow Village»⁵ предлагает экологически чистые кемпинги и курорты, которые получили европейскую эко-сертификацию за их приверженность использованию возобновляемых источников энергии, сокращению потребления воды и энергии и минимизации отходов. Более того, многие места проживания в сельской местности, такие как «GîTES Panda» (Домики для панд) и «Hôtels Au Naturel» (Отели на природе), сотрудничают с такими организациями, как WWF⁶, чтобы обеспечить минимальное влияние на окружающую среду.

Агроэкотуризм также включает в себя тщательный выбор сезонов путешествий. Например, посещение французской Ривьеры осенью, когда пляжи не переполнены, или прогулка по французским лесам поздней осенью, обеспечивает уникальный опыт природы и снижает давление туристов на популярные направления в пик сезона. Это помогает сохранить местную флору и фауну и способствует долгосрочной устойчивости направлений [6].

Можно сказать, развитие и продвижение агроэкотуризма во Франции — это успешный пример эффективной модели устойчивого туризма, который делает ставку на экологичность, местную экономику и культурное наследие. Этот опыт может быть полезен и для Беларуси, где агроэкотуризм имеет большой, но пока не полностью раскрытый потенциал.

Во Франции агроэкотуризм рассматривается не только как способ привлечь большое количество туристов в сельскую местность, но и как

⁴ Торговая онлайн-площадка, позволяющая людям размещать предложения и бронировать жилье по всему миру

⁵ (от англ. The Slow Village) – Медленная деревня

⁶ (от англ. World Wildlife Fund's) - Всемирный фонд дикой природы

инструмент поддержки владельцев хозяйств. Они предлагают различные аутентичные и экологичные услуги, которые продвигаются при помощи профессиональных ассоциаций (например, «Bienvenue à la Ferme»⁷), туристических платформ (пример: «Airbnb»), государственных инициатив и частных программ устойчивого туризма, таких как «The Slow Village» и «Petites Cités de Caractère».

Французская маркетинговая стратегия делает ставку на подлинность, экологичность, сезонность и эмоциональную связь. Упор на качественную гастрономию и кухню, винные туры, органическое фермерство и «медленный» отдых позволяет привлечь путешественников, уставших от городской суеты и массового туризма. Кроме того, часть налогов и туристического сбора идет в местные сообщества, что способствует развитию инфраструктуры и локальных проектов.

На основе всего вышеперечисленного, можно проанализировать возможности применения данной модели в Республике Беларусь с учетом ее национальных и местных особенностей.

В качестве первого пункта адаптации стоит упомянуть более активное внедрение агроэкотуризма в систему государственной поддержки сельских территорий и местных сообществ. Это может включать финансирование небольших фермерских хозяйств, развитие транспортной инфраструктуры, а также налоговые льготы для субъектов агротризма.

Также, для продвижения белорусского агроэкотуризма потребуются усилить маркетинг. Присутствует необходимость разрабатывать бренды региональных продуктов и маршрутов, создавать профессиональные платформы и сети (например, по типу «Bienvenue à la Ferme»), и внедрять сертификацию качества и экологические стандарты размещения.

Наконец, необходимо развивать культурно-образовательный аспект: ремесленные студии, музеи деревенской жизни, фестивали, программы этнографического туризма, привлекая молодёжь. Французский опыт свидетельствует, что опора на уникальный местный колорит усиливает интерес путешественников.

Итак, опыт французского агроэкотуризма подтверждает свою жизнеспособность благодаря соответствию принципам экологичного развития, грамотному представлению и активной поддержке со стороны государства и общества. В Беларуси подобный подход может стать ключевым фактором для возрождения сельской местности, развития малого предпринимательства и формирования позитивного имиджа страны как экологически ориентированного туристического направления.

⁷ (от фр. Bienvenue à la Ferme) - Добро пожаловать на ферму

Таким образом, европейская и, в частности, французская модели агроэкотуризма демонстрируют эффективность интеграции агроэкотуризма с культурным наследием, государственными и частными мерами поддержки, цифровыми платформами и профессиональным маркетингом.

Белорусский агроэкотуризм является очень перспективной сферой, но нуждается в комплексном подходе к развитию. Среди первоочередных задач — увеличение господдержки, формирование брендов и маркетинговых площадок, введение стандартов качества и экологической сертификации, плюс развитие культурно-просветительских программ.

Адаптация зарубежных практик с учетом национальной специфики может значительно повысить конкурентоспособность агроэкотуризма в Беларуси и превратить его в действенный инструмент устойчивого развития сельских территорий.

2.4 Современные тенденции развития агроусадеб

Растущий интерес к необычным формам отдыха, перенасыщенность традиционных туристических направлений и высокая конкуренция заставляют агроэкотуризм искать новые, оригинальные подходы для привлечения туристов и повышения доходов. Исследования показывают, что, несмотря на популярность классических агроусадеб (например, сельского и этнотуризма), значительный потенциал остается нереализованным в таких направлениях, как экотуризм на особо охраняемых природных территориях (ООПТ), глэмпинг и тематические фестивали.

Для успешного развития агроэкотуризма необходимо сосредоточиться на трех ключевых направлениях:

1. Организационно-управленческом — повышение эффективности работы, внедрение современных технологий и развитие кадрового потенциала.
2. Маркетинговом — изучение потребностей рынка, активное продвижение услуг и взаимодействие с клиентами.
3. Продуктовом — создание уникальных и качественных туристических предложений.

Особое значение имеют продуктовые инновации, так как именно они формируют конкурентное преимущество, привлекают больше туристов и обеспечивают устойчивый успех отрасли [46].

Среди перспективных инноваций в агроэкотуризме можно выделить глэмпинг — комфортабельный отдых на природе, особенно актуальный в Беларуси с ее богатым природным потенциалом. Глэмпинги идеально

отвечают растущей потребности горожан в отдыхе на природе, позволяя им восстановить силы и снять стресс. Кроме того, они предлагают широкие возможности для сотрудничества с различными организациями, организующими выездные мероприятия, такие как йога-ретриты, психологические тренинги и спортивные сборы [14].

Другим важным направлением является интеграция образовательных программ в агроэкотуризм повысит привлекательность ООПТ и будет способствовать экологическому просвещению. Примеры успешной реализации таких программ можно найти в белорусском проекте «Юные рейнджеры Беларуси».

Проект «Юные рейнджеры Беларуси» направлен на экологическое просвещение детей и молодежи через активное вовлечение в охрану природы и изучение экосистем особо охраняемых природных территорий (ООПТ).

В рамках проекта организуются эко-лагеря, где участники под руководством специалистов изучают флору и фауну ООПТ, участвуют в природоохранных мероприятиях, таких как восстановление экосистем, уборка территорий и наблюдение за редкими видами. Дополнительно проводятся интерактивные занятия, экскурсии и мастер-классы, что способствует формированию экологического мышления и осознания ценности природных ресурсов.

Проект не только повышает привлекательность ООПТ, но и формирует у молодежи навыки устойчивого взаимодействия с природой, а также подготавливает новое поколение защитников окружающей среды [50].

Сохранение белорусских традиций также можно назвать, своего рода, инновацией, так как в современном мире культурные истоки стали забываться, а туристов больше всего привлекают места, где хозяева сохраняют и поддерживают белорусские традиции, а именно:

- Предлагают погрузиться в культуру нашей страны. Это как изучение песен и танцев, так и ношение традиционной одежды.
- Устраивают крупные торжества по поводу важных белорусских праздников — Коляд, Купалья, Масленицы. В отдельных случаях предлагают свадьбу или день рождения в национальном стиле.
- Знакомят гостей с легендами окружающей местности и Беларуси.
- Предлагают почувствовать себя белорусским крестьянином и поучаствовать в сенокосе, накормить домашний скот, выпечь хлеб по белорусскому рецепту.
- Готовят баню по старинным правилам с народными рецептами ухода за собой [11].

Также одним из ключевых направлений инновационной деятельности в агроэкотуризме Республики Беларусь является разработка инновационного

национального туристического продукта на основе нематериального культурного наследия, а именно проведение различных праздников и фестивалей [16].

Далее представлены некоторые примеры таких мероприятий:

- «Заборскі фэст» — событие, посвященное сельскому туризму, которое проводится в Витебской области.
- «Браслаўскія зарніцы» — праздник, посвященный традиционной культуре, который проводится в международном формате, в Витебской области.
- «Автюки» — фестиваль народного юмора, на который съезжаются участники со всей Беларуси. Проходит в Гомельской области.
- «Большая бард-рыбалка» (Могилевская обл.) — праздник рыбалки и песен у костра, который проводится в международном формате.
- «Зов Полесья» — этнокультурное событие с большим количеством участников (парк «Припятский»).
- «Неглюбские рушники» - форум, посвященный традиционным ремеслам и мастерам, проводится в Гомельской области [10].

Помимо инновационных подходов, также присутствуют экологические аспекты деятельности агроусадоб в Беларуси, которые играют не последнюю роль в развитии агроэкотуризма, направленного на сохранение природных ресурсов, культурного наследия и улучшения качества жизни местных сообществ. Субъекты активно участвуют в охране окружающей среды. Они стремятся минимизировать изменения в природном ландшафте, сохраняя при этом местную флору и фауну. Также следуют принципам рационального использования природных ресурсов с помощью внедрения современных решений, например, установки солнечных батарей или систем сбора дождевой воды. На многих агроусадьбах практикуется отдельный сбор мусора и переработка органических отходов.

Данные меры подтверждают, что гармоничное сосуществование человека и природы возможно, а экологически ответственный подход к ведению хозяйства приносит выгоду как местным жителям, так и окружающей среде.

ГЛАВА 3. АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ АГРОУСАДЕБ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

3.1 Анализ спроса на услуги агроусадеб среди клиентов ООО «Бюро путешествий «Вентотур»

Спрос на услуги агроусадеб является важным показателем, отражающим динамику развития агроэкотуризма, его популярность среди различных категорий населения и соответствие ожиданиям потребителей. Понимание предпочтений туристов, уровня их удовлетворенности и факторов, влияющих на выбор агроусадеб, позволяет определить сильные и слабые стороны предоставляемых услуг, а также разработать рекомендации по их улучшению.

Чтобы выявить и оценить уровень спроса на агроэкотуризм, а именно спрос на услуги агроусадеб, среди клиентов «Вентотур» было проведено анкетирование. Опрос включал широкий диапазон возрастов: от подростков (11 лет) до пожилых людей (70 лет). Цель этой визуализации — показать, насколько разные возрастные группы интересуются агроэкотуризмом и насколько их предпочтения могут варьироваться в зависимости от возраста. Это позволяет определить целевые сегменты для продвижения агроусадеб (рис. 3.1).

Ваш возраст:

100 ответов

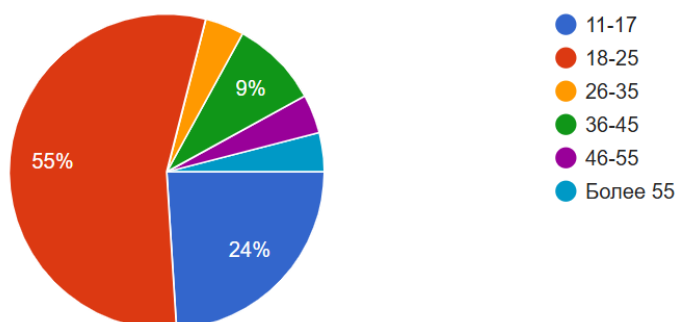


Рисунок 3.1 — Возрастная структура респондентов, участвовавших в исследовании спроса на услуги агроусадеб

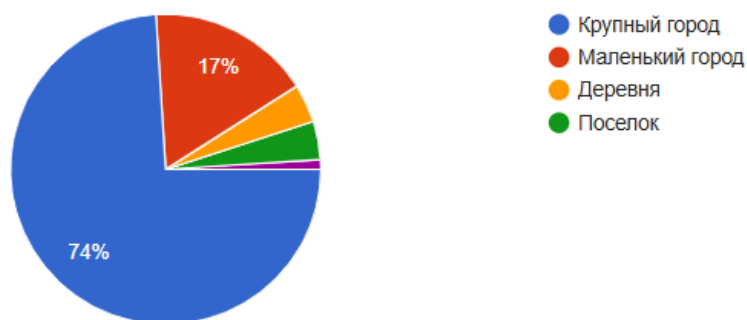
Примечание. Собственная разработка

В ходе проведения данного опроса было выявлено, что 74 % респондентов, проживающих в крупном городе, интересуется отдыхом в сельской местности. Это подчеркивает привлекательность агроэкотуризма среди

жителей мегаполисов, которые стремятся к уединению, смене обстановки и отдыху от городской суеты. Такие данные могут свидетельствовать о высокой потенциальной клиентской базе для агроусадеб в городских агломерациях, где преобладает напряжённый ритм жизни (рис. 3.2).

Ваша местность проживания:

100 ответов



Предпочитаете ли Вы отдых в сельской местности?

100 ответов

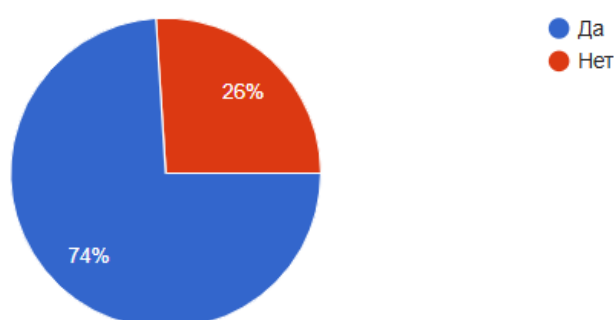


Рисунок 3.2 — Интерес к отдыху в сельской местности среди жителей крупных городов

Примечание. Собственная разработка

Далее была проанализирована частота посещения агроусадеб. Только 7 % респондентов посещают агроусадыбы часто (более трёх раз в год), 25 % — от одного до трёх раз в год, 43 % посещают их редко (менее одного раза в год), а 25 % заявили, что никогда не были в агроусадыбах. Эти данные указывают на ограниченное использование этого вида отдыха, несмотря на высокий интерес. Это подчёркивает необходимость разработки эффективных стратегий продвижения, направленных на увеличение частоты посещений (рис. 3.3).

Как часто вы посещаете агроусадьбы?

100 ответов

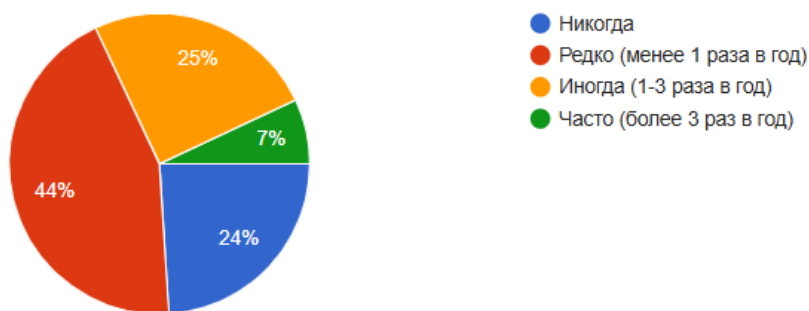


Рисунок 3.3 — Частота посещения агроусадьб среди респондентов

Примечание. Собственная разработка

Следующий вопрос представлял собой ключевые критерии, которые респонденты учитывают при выборе агроусадьбы. Среди факторов могли быть указаны:

- Ценовая доступность
- Уровень комфорта и сервиса
- Удобство расположения
- Разнообразие активностей

На первом месте по важности при выборе усадьбы расположилось местоположение (81%), так как для большинства респондентов необходимо тихое и удаленное от крупных городов места, чтобы спокойно провести время на природе. На втором месте находится стоимость проживания (74%) и далее наличие удобств (74%). И только на четвертом месте находится атмосфера, хотя, казалось бы, что это самый важный критерий при выборе места для отдыха.

Понимание этих факторов помогает владельцам агроусадьб лучше адаптировать свои предложения к запросам целевой аудитории (рис. 3.4).

Что является для Вас наиболее важным при выборе агроусадьбы? (выберите не более 3 вариантов)

100 ответов

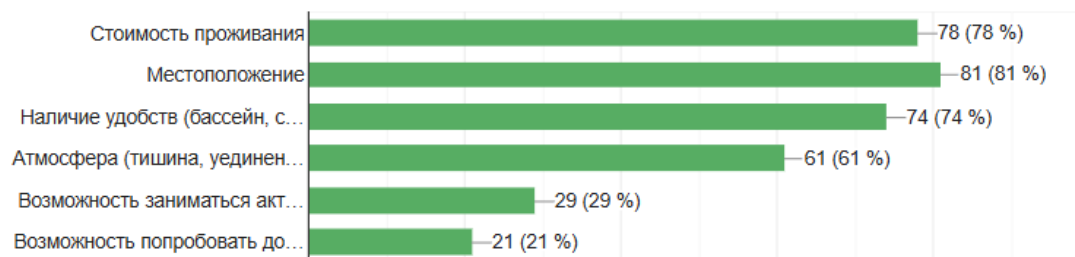


Рисунок 3.4 — Факторы, влияющие на выбор агроусадьб

Примечание. Собственная разработка

Что касается спроса на определённые виды отдыха, то, согласно данным, респонденты выразили следующие предпочтения в отношении видов отдыха: отдых на природе оказался самым популярным выбором, его указали 92% опрошенных. Это показывает привлекательность агроусадеб.

Конные прогулки заняли второе место с 41%, что говорит о высоком интересе к активному отдыху и развлечениям на свежем воздухе.

Экскурсии предпочитают 32% респондентов. Это указывает на значимость познавательного элемента для клиентов.

Ремесленничество заинтересовало 30% респондентов, что может свидетельствовать о привлекательности мастер-классов и практических активностей, связанных с культурой.

Кулинарные мастер-классы выбрали 28% опрошенных, что подтверждает интерес к гастрономическому туризму и знакомству с местной кухней.

Рыбалка и охота стали интересны для 24% опрошенных, что подчёркивает актуальность таких услуг, особенно для любителей активного отдыха.

Остальные виды отдыха, такие как велопогулки и уединение возле водоёмов, набрали по 1 % голосов, что указывает на низкий спрос на данные активности или их ограниченную доступность в агроусадебках (рис. 3.5).

Анализ диаграммы позволяет сделать вывод о ключевых предпочтениях клиентов агроусадеб.



Рисунок 3.5 — Предпочтительные виды отдыха на агроусадебках

Примечание. Собственная разработка

Следующая диаграмма демонстрирует уровень удовлетворённости респондентов после посещения агроусадеб. Возможные параметры включают:

- Общую оценку: насколько услуги соответствовали ожиданиям.
- Качество обслуживания: профессионализм персонала, скорость реагирования на запросы клиентов.

- Чистоту и благоустройство: состояние номеров, территории, удобства для отдыха.
- Соответствие цены и качества: насколько стоимость оправдана предоставляемым уровнем услуг.

46% респондентов были очень удовлетворены работой усадеб, в которых они бывали, 24% ответили, что сервис превзошел все их ожидания, всего 14% посчитали сервис удовлетворительным, и лишь 1 человек ответил, что все было ужасно. Анализ показывает, что удовлетворённость услугами напрямую влияет на готовность клиентов рекомендовать агроусадьбу другим или вернуться вновь, а низкий уровень оценки требует внимания для улучшения сервиса (рис. 3.6).

Как бы Вы оценили уровень сервиса на агроусадьбах, которые вы посещали?

100 ответов

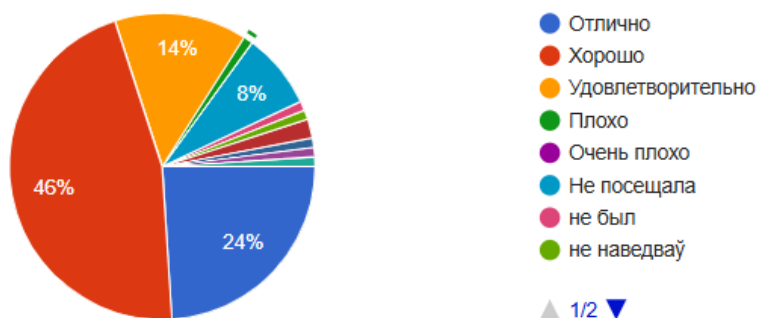


Рисунок 3.6 — Степень удовлетворённости услугами агроусадьб среди респондентов

Примечание. Собственная разработка

Следующий анализ, а именно анализ источников информации о сельском туризме показывает, что интернет (сайты, социальные сети) стал самым популярным источником информации, его указали 80 % респондентов. Это подчеркивает важность цифрового представительства, включая активность в социальных сетях и размещение сведений на туристических сайтах, что играет ключевую роль в развитии данного вида туризма.

Сарафанное радио или же рекомендации знакомых и родственников имеют огромный вес: 69% опрошенных указали его как фактор, повлиявший на их выбор. Это наглядно иллюстрирует ценность положительных впечатлений посетителей и опубликованных ими отзывов при продвижении предложений.

Рекламная продукция, будь то брошюры или плакаты, фигурировала в ответах 19% респондентов, что свидетельствует об их, скорее,

вспомогательной функции в деле ознакомления потенциальных потребителей с информацией.

Туристические выставки оказались менее популярным каналом, их выбрали только 5 % опрошенных. Это может быть связано с ограниченным участием агроусадьб в таких мероприятиях или низким уровнем их посещаемости.

Информация, полученная на учебе, набрала лишь 1 %, что свидетельствует о редком использовании образовательных мероприятий как канала продвижения агроусадьб (рис. 3.7).

То есть, согласно анализу, основными каналами получения информации являются интернет и рекомендации знакомых. Для развития агроэкотуризма важно усилить присутствие агроусадьб в цифровом пространстве, а также развивать активности, связанные с природным и познавательным отдыхом.

Как Вы узнаете об агроусадьбах?

100 ответов

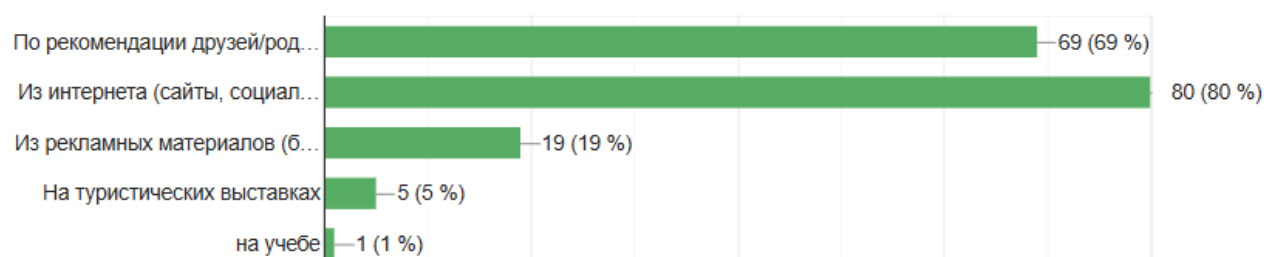


Рисунок 3.7 — Основные источники информации об агроусадьбах

Примечание. Собственная разработка

Также для более глубокого понимания восприятия агроусадьб их посетителями был проведён анализ положительных и отрицательных сторон агроусадьб. А именно респондентам были предложены открытые вопросы: «Что Вам понравилось больше всего в агроусадьбах, которые вы посещали?» и «Что Вам не понравилось в агроусадьбах, которые вы посещали?». Данные вопросы позволили выявить ключевые преимущества и недостатки агроусадьб с точки зрения клиентов, что особенно важно для дальнейшего улучшения предоставляемых услуг и разработки стратегий повышения удовлетворённости туристов. Ответы респондентов помогают понять, какие аспекты отдыха они ценят больше всего, а также какие проблемы и неудобства необходимо устранить для привлечения большего числа гостей и повышения конкурентоспособности агроэкотуризма в Беларуси.

Анализ отзывов о посещении агроусадьб выявил несколько ключевых аспектов, определяющих положительное впечатление гостей. Самым важным фактором является природа: красота окружающего ландшафта, тишина и

удинение высоко ценятся посетителями. На втором месте по значимости находится атмосфера, включающая в себя общий уют, спокойствие и расслабляющую обстановку, во многом создаваемую гостеприимством хозяев. Дружелюбные и отзывчивые хозяева, их радушие и уважение к личному пространству гостей также играют значительную роль. Вкусная еда, особенно домашние и местные продукты, является еще одним важным фактором, как и удобное месторасположение, желательно с доступом к водоемам (рис. 3.8).

Что Вам не понравилось на агроусадьбах, которые вы посещали?

100 ответов

В непогоду нет отопления

Отсутствие удобств, которые могли бы быть там

близость других агроусадьб)) грустно когда шумно, дети кричат и все такое. грустно также когда плохо убрано

Не всегда всё открыто

Ремонт

Рисунок 3.8 — Аспекты, определяющие положительное впечатление гостей

Однако анализ негативных отзывов о пребывании на агроусадьбах выявил несколько повторяющихся проблем, требующих внимания владельцев. Наиболее часто упоминается недостаток удобств: недостаточное количество санузлов, плохое состояние помещений (требуется ремонт, недостаточная чистота), отсутствие необходимых приспособлений для комфортного проживания, а также неисправная сантехника. Вторая по частоте проблема — это ценообразование: многие гости считают стоимость услуг завышенной по отношению к качеству. Также часто упоминается шум и недостаток уединения из-за близости шумных компаний или плохой звукоизоляции. Плохая мобильная связь и нестабильный интернет, неподготовленность к неблагоприятным погодным условиям (например, отсутствие отопления зимой), а также негативный опыт общения с персоналом (недобросовестность, пренебрежение к гостям) дополняют список недостатков (рис. 3.9).

Что Вам понравилось больше всего на агроусадьбах, которые вы посещали?

100 ответов

Удобства, комфорт, расположение

Уютно

Местные продукты, мастер-классы по изготовлению домашнего масла, активности с домашним скотом

Разнообразное и вкусное меню

Комфорт, природа, питание и развлечения

Рисунок 3.9 — Аспекты, определяющие отрицательное впечатление гостей

На основе проведенного анализа спроса на услуги агроусадоб среди клиентов «Вентотур» можно сделать некоторые выводы:

1. Исследование однозначно подтверждает наличие значительного интереса к агроэкотуризму со стороны жителей крупных городов, стремящихся к отдыху на природе. Этот интерес является прочной основой для развития данного сегмента, однако низкая частота посещений агроусадоб указывает на нереализованный потенциал и необходимость более активного воздействия на целевую аудиторию.
2. Различие в предпочтениях и потребностях возрастных групп (хотя и не визуализировано, опрос это предполагал) подчеркивает важность разработки таргетированных маркетинговых кампаний, учитывающих особенности каждого сегмента. Например, для молодежи акцент можно делать на активном отдыхе и развлечениях, а для старшего поколения — на спокойном отдыхе и оздоровлении.
3. Высокая важность местоположения, стоимости и наличия удобств при выборе агроусадьбы подчеркивает приоритет практических аспектов для большинства туристов. Агроусадобам необходимо уделять особое внимание этим факторам, предлагая удобное расположение в живописных местах, конкурентоспособные цены и комфортные условия проживания. Недостаточное внимание к этим критериям может стать сдерживающим фактором, даже при наличии уникальной атмосферы.
4. Преобладание отдыха на природе в качестве предпочтительного вида отдыха подтверждает основную привлекательность агроусадоб как мест, где можно насладиться экологически чистой окружающей

средой. Однако наличие интереса к конным прогулкам, экскурсиям, ремесленничеству, кулинарным мастер-классам, рыбалке и охоте указывает на возможность диверсификации предлагаемых услуг и расширения целевой аудитории. Развитие данных направлений позволит сделать агроусадыбы более привлекательными для различных групп туристов.

5. Высокая степень удовлетворенности услугами агроусадоб является важным фактором, способствующим повторным посещениям и рекомендациям друзьям и родственникам. Поддержание высокого уровня сервиса, чистоты, удобств и приемлемой стоимости является краеугольным камнем для формирования крепкой клиентской лояльности. Негативные отзывы, касающиеся неудобств, завышенных цен и шумового дискомфорта, требуют незамедлительной реакции со стороны владельца и принятия мер по повышению качества обслуживания.
6. Растущая роль интернет как главного поставщика информации об объектах агроэкотуризма выдвигает на первый план значимость активного присутствия в цифровом пространстве. Сюда входят: поддержание веб-сайта, активность в социальных сетях и размещение информации на туристических платформах. Необходимо также учитывать весомость рекомендаций от друзей. Отсюда следует важность стимулирования сарафанного радио и формирования положительного онлайн-имиджа агроусадыбы.
7. Анализируя положительные и отрицательные стороны усадоб, можно определить ключевые области для улучшения. Устранение недостатков, связанных с недостатком удобств, завышенной ценой, шумом, плохой связью и недобросовестностью персонала, позволит значительно повысить уровень удовлетворенности гостей и укрепить конкурентоспособность агроусадоб.

Исследование спроса на услуги агроусадоб показало высокий интерес к отдыху на природе среди жителей крупных городов. Однако частота посещений относительно низка, что указывает на необходимость более активного маркетинга. Ключевыми критериями выбора агроусадыбы являются местоположение, стоимость и наличие удобств. Высокая степень удовлетворенности гостей подтверждает потенциал агроэкотуризма, однако выявленные недостатки (недостаток удобств, завышенная цена, шум, плохая связь) требуют внимания для повышения качества услуг. Основными каналами получения информации о агроусадыбах являются интернет и рекомендации знакомых. В целом, агроэкотуризм выполняет значимую функцию в продвижении внутреннего туризма в Беларуси, но для полного

раскрытия имеющегося потенциала необходимы дальнейшие шаги по его развитию и усовершенствованию.

Проведенное исследование, в свою очередь, выявило основные моменты, определяющие спрос на услуги агроусадоб, а также определило, как сильные, так и слабые стороны этого сектора туризма. На основе полученных данных были сформированы конкретные предложения по повышению качества оказываемых услуг и увеличению привлекательности агроусадоб для гостей из разных социальных категорий. Данные результаты могут быть использованы владельцами усадоб и турфирм при разработке эффективных стратегий конкурентоспособности на рынке агроэкотуризма.

3.2 Анализ проблем развития агроусадоб в Республике Беларусь

Развитие агроусадоб в Республике Беларусь обладает существенным потенциалом для усиления туристического сектора и обеспечения устойчивого развития сельских регионов. Вместе с тем, несмотря на позитивные сдвиги, в этом сегменте отмечается ряд сложностей, тормозящих его дальнейшее продвижение и конкурентоспособность. Изучение существующих проблем позволяет не только установить ключевые препятствия для развития сельского туризма, но и сформулировать способы их устранения.

Анализ данных опроса среди клиентов «Вентотур» позволил выявить важные особенности восприятия агроусадоб и их услуг. Значительный интерес к отдыху на открытом воздухе, в сочетании с качеством предоставляемых услуг и живописных мест, служит прочной основой для процветания этого вида туризма. Кроме того, были определены и проблемные моменты, такие как недостаточный комфорт, несоответствие цены и качества, низкая посещаемость, нерациональное и недостаточное использование отдельных каналов продвижения. Для упорядочивания полученных данных и разработки эффективных стратегий развития необходимо провести SWOT-анализ (рис. 3.10), который поможет оценить сильные и слабые стороны агроусадоб, а также обобщить результаты предыдущего анализа проблем. Результаты данного анализа станут отправной точкой для разработки конкретных рекомендаций по улучшению качества услуг, повышению конкурентоспособности и привлечению новых клиентов.

S	W	O	T
Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
1. Высокий интерес к отдыху на природе. 2. Высокая степень удовлетворенности клиентов. 3. Природная привлекательность. 4. Роль в развитии сельских территорий. 5. Популярность определенных видов отдыха.	1. Низкая частота посещений. 2. Недостаток удобств и инфраструктуры. 3. Несоответствие цены и качества. 4. Сезонность. 5. Недостаточное продвижение. 6. Ограниченная диверсификация услуг. 7. Проблемы с мобильной связью и интернетом.	1. Рост интереса к экологическому туризму. 2. Развитие инфраструктуры. 3. Диверсификация услуг. 4. Создание единого бренда. 5. Партнерство с туристическими агентствами. 6. Развитие гастрономического туризма.	1. Изменение налогового законодательства. 2. Экономическая нестабильность. 3. Конкуренция. 4. Изменение потребительских предпочтений. 5. Неблагоприятные погодные условия. 6. Увеличение затрат на ресурсы. 7. Миграция сельского населения.

Рисунок 3.10 — SWOT-анализ агроусадьб

Примечание. Собственная разработка

I. Сильные стороны (Strengths):

1. Высокий интерес к отдыху на природе. Исследование показало, что 74% жителей крупных городов интересуются отдыхом в сельской местности, а 92% респондентов предпочитают отдых на природе при выборе агроусадьбы, что показывает наличие большой потенциальной клиентской базы.
2. Высокая степень удовлетворенности клиентов. 46% респондентов были очень удовлетворены посещением агроусадьб, а 24% отметили, что сервис превзошел их ожидания. Это говорит о высоком качестве предоставляемых услуг.
3. Привлекательность природы. Анализ отзывов выявил, что красота природы, тишина и уединение являются наиболее важными факторами, определяющими положительное впечатление от посещения агроусадьбы.
4. Роль в развитии сельских территорий. Агроусадьбы способствуют развитию местной экономики, сохранению культурного наследия и популяризации национального туризма.
5. Популярность определенных видов отдыха. Конные прогулки (41%), экскурсии (32%), ремесленничество (30%), кулинарные мастер-классы (28%), рыбалка и охота (24%) пользуются спросом, что позволяет предлагать разнообразные активности.

II. Слабые стороны (Weaknesses):

1. Низкая частота посещений. Только 7% респондентов посещают агроусадьбы часто (более трех раз в год), а 25% никогда не были в них, даже несмотря на высокий интерес. Это указывает на неполное использование возможностей, связанных с данным сектором туризма, и необходимость усовершенствования маркетинговых стратегий.
2. Недостаток удобств и инфраструктуры. Туристов, привыкших к определенному уровню удобств, отталкивает отсутствие элементарных благ: недостаток туалетов, плохое состояние зданий, отсутствие отопления в холодное время год. Некачественная мобильная связь и нестабильный интернет также снижают привлекательность агроусадоб.
3. Несоответствие цены и качества. Многие опрошенные отмечают несоответствие запрашиваемой стоимости проживания уровню предоставляемых услуг. Это вызывает негативное восприятия у туристов.
4. Сезонность. Значительное падение турпотока в периоды межсезонья серьезно влияет на прибыльность агроусадоб, создавая трудности для поддержания бизнеса.
5. Недостаточное продвижение. Не все каналы продвижения используются в полной мере, например, недостаточно активно задействуются туристические выставки и образовательные программы, что негативно сказывается на узнаваемости.
6. Ограниченность предлагаемых услуг. Слабый интерес к конкретным формам досуга, например, катание на велосипедах или умиротворенный отдых у воды, может указывать на недостаточную представленность либо фактическое отсутствие данных активностей.
7. Проблемы со связью и интернетом. Нестабильная связь способна вызвать недовольство современных путешественников.

III. Возможности (Opportunities):

1. Рост интереса к агроэкотуризму. Растущий интерес к отдыху на свежем воздухе открывает широкие возможности для роста данного вида туризма.
2. Развитие инфраструктуры. Поддержка со стороны государства и вложения в обустройство сельской местности (дороги, средства связи, интернет) способны значительно улучшить доступность агроусадоб и повысить их привлекательность для гостей.

3. Разнообразие услуг. Предложение дополнительных услуг, таких как организация тематических мероприятий, мастер-классов, может привлечь новую аудиторию и увеличить прибыльность.
4. Создание единого бренда. Разработка и продвижение общего бренда агроэкотуризма в Беларуси может повысить узнаваемость и конкурентоспособность агроусадьб на внутреннем и внешнем рынках.
5. Партнерство с туристическими агентствами. Сотрудничество с турфирмами (как «Вентотур») позволяет расширить каналы сбыта и привлечь новых клиентов.
6. Развитие гастрономического туризма. Использование местных продуктов и проведение кулинарных мастер-классов может привлечь любителей гастрономических путешествий.

IV. Угрозы (Threats):

1. Изменение налогового законодательства. Увеличение налоговой нагрузки может негативно повлиять на прибыльность агроусадьб и снизить их конкурентоспособность.
2. Экономическая нестабильность. Снижение доходов населения может привести к сокращению спроса на туристические услуги.
3. Конкуренция. Усиление конкуренции со стороны других видов туризма (например, городской, пляжный) и других агроусадьб может потребовать от владельцев дополнительных усилий для привлечения клиентов.
4. Изменение потребительских предпочтений. Новые запросы клиентов и актуальные тенденции в сфере туризма диктуют агроусадьбам необходимость подстраиваться под изменяющуюся ситуацию на рынке.
5. Неблагоприятные погодные условия. Нестабильность климата и непредсказуемость погодных условий могут создавать сложности с сезонностью работы усадеб.
6. Рост затрат на ресурсы. Повышение цен на такие ресурсы, как электроэнергия и воды, способно увеличить издержки на поддержание функционирования усадеб.
7. Миграция сельского населения. Отток молодых людей из сельской местности способен привести к отсутствию квалифицированного персонала в отрасли.

Проведенный SWOT-анализ дает возможность сделать вывод, что агроусадьбы в Республике Беларусь располагают существенным потенциалом для развития. Но, чтобы этот потенциал раскрылся в полной мере, необходимо, с одной стороны, справиться с существенными недостатками, а с

другой — извлечь максимальную выгоду из доступных возможностей. Внимание к качеству предоставляемых услуг, удобству проживания, ценовой политике и активному продвижению позволит агроусадьбам укрепить свои позиции на рынке и внести существенный вклад в развитие устойчивого туризма в стране. Важно также учитывать внешние угрозы и быть готовыми к адаптации к изменяющимся условиям рынка.

В целом, развитие агроэкотуризма является важным направлением для сохранения культурного наследия и стимулирования внутреннего туризма в Республике Беларусь. Как показал анализ выше, этот сектор обладает значительным потенциалом и вызывает интерес у потребителей, особенно у жителей крупных городов.

Однако устойчивый рост данного вида туризма сдерживается рядом определенных проблем, даже несмотря на очевидные успехи и потенциал отрасли. Данные вызовы затрагивают различные аспекты деятельности: от законодательного регулирования и экономической устойчивости до инфраструктурного обеспечения и маркетингового продвижения. Выявленные в ходе анализа спроса и SWOT-анализа слабости указывают на наличие барьеров, препятствующих полному раскрытию всех возможностей агротуристического сектора (рис. 3.11).

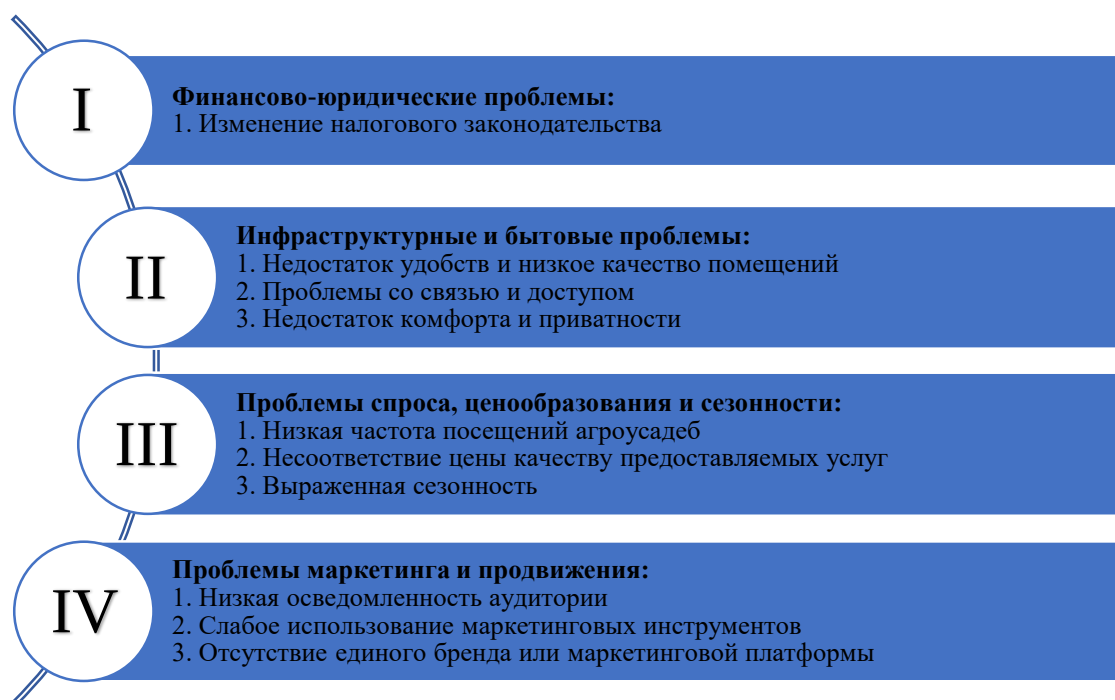


Рисунок 3.11 — Проблемы агроэкотуризма в Беларуси

Примечание. Собственная разработка

Одной из наиболее существенных и масштабных проблем, затрудняющих развитие агроусадоб в Республике Беларусь, является **текущее состояние нормативно-правовой базы**, которая недавно была усложнена. Последние законодательные изменения внесли элементы нестабильности и существенно увеличили экономическое давление на субъекты агроэкотуризма.

Ключевым фактором появления некоторых проблем стало изменение налогового законодательства в сфере агроусадобного бизнеса.

Во-первых, произошло увеличение фиксированных ежемесячных сборов, взимаемых с каждой агроусадобы (до 40 рублей с 2024 года). Этот платеж является обязательным вне зависимости от размера и расположения усадобы, ее фактической загрузки и полученного дохода, что особенно остро ощущается в периоды межсезонья, когда туристический поток минимален, а доходы приближены к нулю.

Во-вторых, введение обязательных взносов в Фонд социальной защиты населения (ФСЗН) в размере 29% от заявленного дохода (или от минимальной заработной платы при отсутствии дохода, что является более критичным фактором) стало серьезной дополнительной финансовой нагрузкой. Это означает, что даже при нулевой прибыли в низкий сезон владелец усадобы обязан уплачивать значительные суммы в ФСЗН. Данная мера может подорвать финансовую устойчивость всего бизнеса.

Эти изменения повлекли за собой **увеличение расходов** владельцев агроусадоб. Затраты на ведение бизнеса выросли, не всегда находясь в зависимости с ростом доходов, особенно учитывая сезонность работы. Как следствие, для сохранения минимальной рентабельности и покрытия возросших расходов, многие собственники вынуждены пересматривать ценовую политику в сторону повышения. Это напрямую влияет на конкурентоспособность агроусадоб. Учитывая, что ценовая доступность является одним из ключевых факторов выбора для 74% опрошенных туристов, необоснованное или вынужденное повышение цен может оттолкнуть значительную часть потенциальных клиентов, переориентировав их на другие, более доступные виды отдыха.

Усугубляет данную ситуацию и **необходимость обязательной перерегистрации агроусадоб**, которая была приведена в силу в конце 2022 года. Серьезным последствием перерегистрации стало то, что усадобы, не прошедшие эту процедуру, автоматически лишились льготного налогового режима. Вместо фиксированного сбора они обязаны уплачивать налог на профессиональный доход (10% или 20% от валового оборота). Для многих агроусадоб, особенно с невысокими доходами, переход на уплату процента от оборота, а не фиксированной суммы, означает сильное увеличение налоговых

платежей и ставит под вопрос саму возможность дальнейшего существования бизнеса.

Следующей не менее критической проблемой, которая существенно влияет на экономическую устойчивость любой агроусадьбы, является **сильно выраженная сезонность спроса**.

Функционирование большинства агроусадоб подвержено сильным колебаниям спроса на услуги и туристической активности в целом в течение всего года. Это напрямую связано с изменениями климатических условий.

Традиционно, пик спроса на услуги агроусадоб, как и на все виды туристического отдыха, приходится на летние месяцы, позднюю весну и раннюю осень (май-сентябрь), когда благоприятные погодные условия позволяют туристам в полной мере насладиться отдыхом на природе, охотой или рыбалкой, конными прогулками — теми видами отдыха, которые, согласно опросу, преобладают среди отдыхающих (92 % предпочитают отдых на природе, 41 % — конные прогулки, 24% — охоту и рыбалку). В пик сезона усадьбы достигают максимальной загрузки и получают максимальный доход, который является основным средством для покрытия издержек и источником инвестиций буквально на весь следующий год, как отмечают сами владельцы усадоб.

С наступлением межсезонья (октябрь-апрель), однако, прослеживается резкое падение спроса и снижение туристических потоков, что приводит к фактическому простое агроусадоб и снижению любых финансовых поступлений. Но круглогодичные расходы на содержание усадьбы, оплата коммунальных услуг, а также налоговых обязательств сохраняются даже в межсезонье, в то время как любые доходы резко стремятся к нулю. Это создает серьезный финансовый дефицит, ограничивает возможности для улучшения инфраструктуры и расширения предлагаемых услуг.

К вышеупомянутой проблеме добавляется то, что не всем агроусадобам удается создать привлекательные предложения для туристического отдыха в низкий сезон. Хотя некоторые усадьбы прилагают усилия, чтобы развить зимние виды отдыха, как, например, катание на санях, лыжах, различного вида бани, или же тематические мероприятия, приуроченные к праздникам, в конечном итоге этого оказывается недостаточно для привлечения стабильного потока туристов вне пика сезона.

Кроме того, усугубляет данную проблему факт того, что многие усадьбы оказываются не готовы к приему туристов в межсезонье, так как, исходя из анализа опроса туристов, можно отметить, что многие респонденты выделяли такие проблемы, как отсутствие отопления и горячей воды в холодное время года, недостаточный уровень предоставленных удобств для комфортного отдыха внутри здания усадьбы.

Следующей проблемой, являющейся одной из самых значительных, является серьезные **недостатки в сфере маркетинга и продвижения**, которые приводят к низкой осведомленности и увлеченности потенциальных клиентов. Несмотря на то, что проведенное исследование выявило высокий интерес к отдыху в сельской местности (74% городских жителей проявили такой интерес), потенциал агроусадьб остается в значительной степени нереализованным. Данную тенденцию ярко демонстрирует низкая посещаемость агроусадьб, что также подтверждается результатами опроса. Лишь незначительная доля респондентов (7%) посещает усадьбы часто, в то время как преобладающая доля делает это редко (43%) или никогда не посещали (25%). Можно сделать вывод, что данный существенный разрыв между выраженным интересом и реальным спросом во многом обусловлен именно проблемами с маркетингом.

Ключевым аспектом данной проблемы является недостаточная осведомленность возможных клиентов о действующих усадьбах и их услугах. Чаще всего, туристы не обладают полной информацией о доступности конкретных агроусадьб, их расположении, предлагаемых услугах и соответствии их ожиданиям касательно комфорта и качества.

Дополнительным усложнением данной проблемы является слабое и не диверсифицированное использование маркетинговых инструментов и каналов продвижения. Исходя из анализа источников информации, можно сказать, что среди всех возможных доминирует интернет (сайты и соцсети — 80%) и рекомендации знакомых (69%). Конечно, нельзя преуменьшать важность данных каналов, однако чрезмерная зависимость от них выявляет неэффективное использование других возможных источников рекламы. Это говорит об отсутствии комплексного маркетингового подхода у многих владельцев усадеб, которые не обладают достаточными знаниями и ресурсами для активного продвижения своих услуг.

Также, серьезным недостатком является отсутствие единого сильного бренда или общей маркетинговой платформы для продвижения услуг белорусского агроэкотуризма. Каждая из усадеб действует по отдельности и продвигает себя в меру своих возможностей. Отсутствие единой маркетинговой стратегии на национальном или хотя бы на региональном уровне ограничивает общую узнаваемость и видимость сектора, усложняет формирование цельного привлекательного образа «Белорусских агроусадьб». Данная разрозненность снижает конкурентоспособность данной отрасли, как туристического направления.

Наконец, последней и самой крупной проблемой являются **инфраструктурные ограничения и явный дефицит базовых удобств**. Природная и культурная составляющая агроусадьб выступает сильной

стороной агроуристического бизнеса, однако такие факторы, как отсутствие элементарного комфорта, к которому привык каждый современный человек, и невозможность быстро добраться до места назначения может нивелировать положительные стороны отрасли. Данные проведенного исследования подтверждают критическую необходимость изменения данного аспекта — «наличие удобств» входит в тройку основных критериев выбора для 74% респондентов.

Судя по негативным отзывам туристов, наиболее острой проблемой внутри самих агроусадьб является недостаточное количество базовых удобств или же их неудовлетворительное состояние. Часто упоминается проблемы плохого состояния жилых помещений: необходимость ремонта, недостаточная чистота, неисправная сантехника или же отсутствие базовых необходимых бытовых приспособлений, что напрямую снижает удовлетворенность услугами усадьбы и качеств проживания.

Дополнительным недостатком для каждого современного туриста является плохая мобильная связь и отсутствующий доступ в интернет на территориях многих агроусадьб. Даже учитывая факт того, что усадьбы предлагают атмосферу уединения и отдыха вдали от суеты, в эпоху цифровизации все более важной становится необходимость делиться впечатлениями онлайн, пользоваться навигацией или даже решать рабочие вопросы удаленно. Отсутствие данного вида удобств может отпугнуть определенные потенциальные категории туристов, особенно молодежь и тех, кто планирует более длительное пребывание.

Наконец, как одну из крупнейших проблем, можно выявить проблему плохого состояния или полного отсутствия качественных подъездных путей или же невозможность добраться до усадьбы, не имея личный транспорт. Это не только усложняет логистику для туристов, но и создает негативное впечатление, снижая общую привлекательность места и удовлетворенность клиентов.

Чтобы наглядно продемонстрировать влияние транспортной инфраструктуры, можно рассмотреть две белорусские агроусадьбы с разным уровнем доступности в качестве примера: агроусадьба «Засценак Скрыплеў» (Воложинский район, Минская область) и агроусадьба «Бивак» (Борисовский район, Минская область).

Агроусадьба «Засценак Скрыплеў», расположенная в Воложинском районе Минской области, является примером объекта агроэкотуризма, привлекающего своей аутентичностью и близостью к природе, в частности, к Налибокской пуще. Находясь на расстоянии около 95-100 километров от Минска, она предлагает гостям погружение в атмосферу уединенного отдыха

в живописном, но относительно изолированном месте — небольшой деревне Скрыплево.

Однако именно эта удаленность и расположение в стороне от основного транспортного сообщения создают серьезные препятствия для транспортной доступности, особенно для гостей, не имеющих личного автомобиля.

Добраться до усадьбы общественным транспортом крайне затруднительно. Путешествие из Минска потребует, как минимум двух этапов.

Первый этап — доехать до районного центра, города Воложин (примерно 90 км от столицы) — вполне осуществим благодаря регулярному сообщению поездов и автобусов. Однако ключевая сложность возникает на втором отрезке пути: от Воложина до деревни Скрыплево, где и расположена усадьба (еще около 25 км) (рис. 3.12). Местные автобусы, если и курсируют по этому маршруту, то делают это крайне редко, возможно, лишь 1-2 раза в день, а их расписание может совершенно не совпадать с планами туристов. Альтернатива в виде такси из Воложина также сопряжена с трудностями: найти водителя, готового ехать в отдаленную деревню, особенно если последние километры пути проходят по дороге не лучшего качества, может быть проблематично и, вероятно, обойдется недешево. По сути, для туристов, не располагающих собственным транспортом, поездка в «Засценак Скрыплёў» превращается в сложный логистический квест, часто требующий предварительной договоренности с хозяевами усадьбы об организации платного трансфера, что значительно увеличивает общую стоимость и продолжительность путешествия.

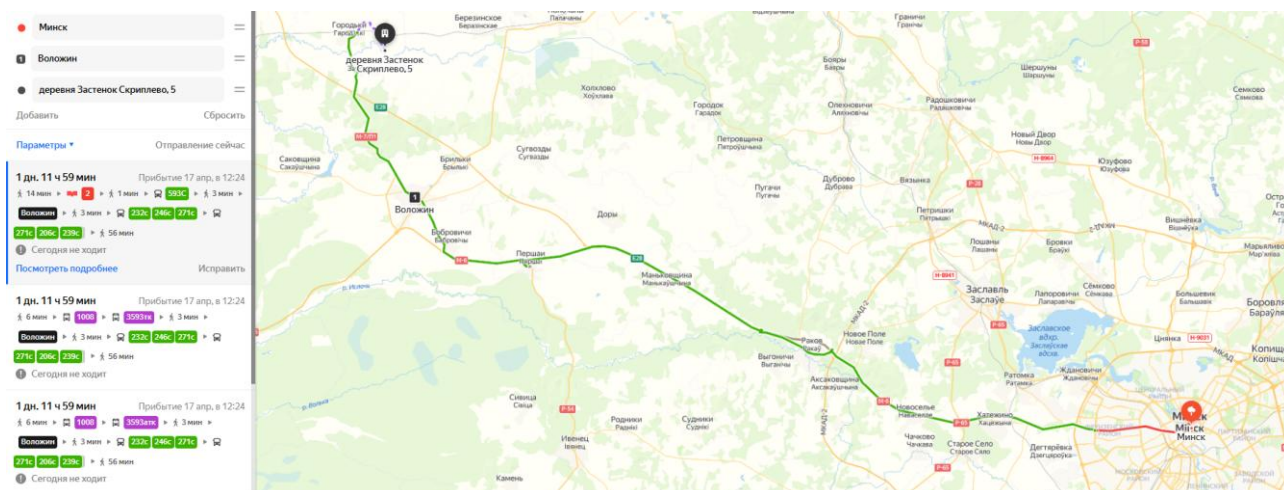


Рисунок 3.12 — Транспортное сообщение с агроусадьбой «Засценак Скрыплёў»

Для владельцев личных автомобилей путь несколько проще, но также имеет свои нюансы. Дорога из Минска обычно занимает от полутора до двух часов. Маршрут пролегает сначала по трассе М6 (Минск-Гродно), затем

следует поворот на региональную дорогу Р54 в районе Воложина, и далее — по местным дорогам непосредственно к деревне Скрыплево. Важно учитывать, что последние километры пути могут представлять собой гравийную или даже грунтовую дорогу, состояние которой может заметно ухудшаться в зависимости от погодных условий и времени года, требуя от водителя дополнительной осторожности и не всегда подходя для автомобилей с низкой посадкой.

Концептуально, маршрут на автомобиле выглядит как последовательность «Минск — трасса М6 — трасса Р54 — местные дороги — д. Скрыплево». Маршрут же на общественном транспорте включает легко преодолимый участок «Минск — Воложин» и крайне проблемный «Воложин — д. Скрыплево», зависящий от редкого местного сообщения, такси или трансфера.

В итоге, несмотря на несомненную привлекательность «Засценка Скрыплеў» как места для уединенного отдыха на природе, его значительная удаленность от основных транспортных узлов и слаборазвитое местное транспортное сообщение делают эту агроусадьбу труднодоступной для широкого круга потенциальных гостей, особенно для тех, кто предпочитает путешествовать без личного автомобиля или же не имеет такой возможности, но имеет желание отдохнуть на природе. Этот пример наглядно иллюстрирует, как инфраструктурные ограничения, в частности проблемы транспортной доступности, могут существенно снижать привлекательность и ограничивать потенциал даже самых интересных объектов агроэкотуризма.

В качестве контрастного примера, иллюстрирующего, как транспортная инфраструктура может кардинально менять ситуацию даже при схожем удалении от столицы, рассмотрим агроусадьбу «Бивак». Расположенная в Борисовском районе Минской области, эта усадьба находится на примерно сопоставимом с «Застенком Скрыплеў» расстоянии от Минска — около 90-95 километров. Она привлекает гостей не только возможностями для отдыха, но и своим расположением в исторически значимом месте — у деревни Студенка, известной как место переправы армии Наполеона через реку Березину.

Ключевое отличие «Бивака» от «Засценка Скрыплеў» заключается в значительно более легкой транспортной доступности, несмотря на почти одинаковое расстояние от Минска. Путешествие на общественном транспорте в «Бивак» представляет собой существенно менее сложную задачу. В отличие от изолированного положения Скрыплево, «Бивак» находится в относительной близости к крупному районному центру — городу Борисову (~75 км от Минска). Между Минском и Борисовом существует отличное и очень частое транспортное сообщение: множество ежедневных рейсов электричек, комфортабельных автобусов и маршрутных такси связывают

столицу с этим городом. Добраться до Борисова — быстро и удобно. Уже из Борисова, являющегося развитым транспортным узлом, доехать до агроусадьбы «Бивак» (оставшиеся ~15-20 км) можно либо на местном пригородном автобусе (которые, как правило, ходят чаще и по более предсказуемому графику, чем автобусы в отдаленные деревни вроде Скрыплево), либо воспользовавшись услугами такси (рис. 3.13). Найти такси в Борисове не составляет труда, и поездка на такое расстояние будет стоить вполне умеренно. Таким образом, весь путь на общественном транспорте, хоть и требует пересадки, является логистически понятным, относительно быстрым и доступным вариантом, в отличие от почти невыполнимой задачи добраться общественным транспортом до «Засценка Скрыплеў».

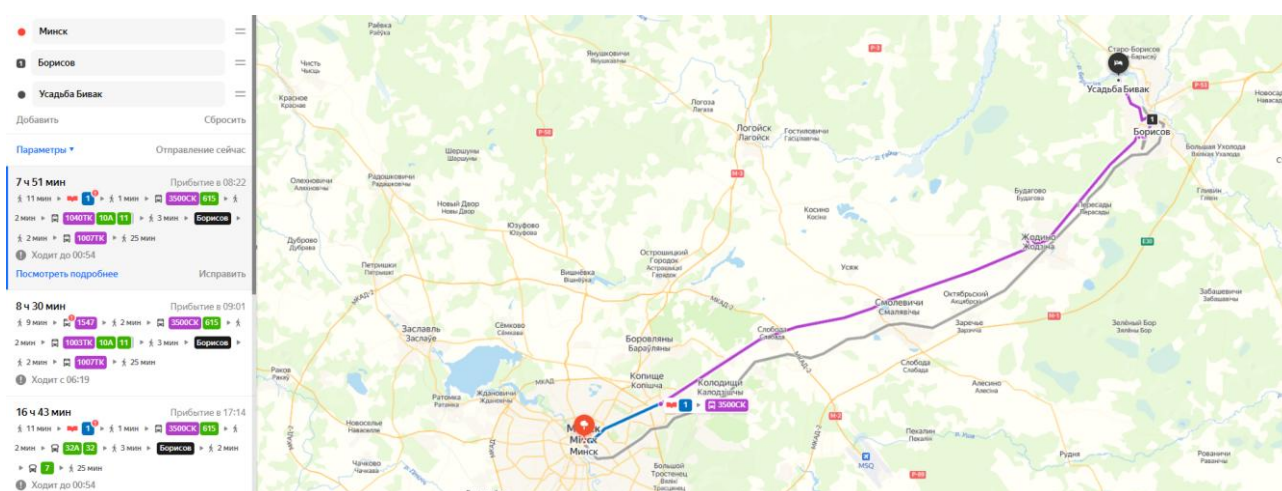


Рисунок 3.13 — Транспортное сообщение с агроусадьбой «Бивак»

Поездка на личном автомобиле в «Бивак» также выгодно отличается. Дорога из Минска занимает примерно 1-1,5 часа, что несколько быстрее, чем до Скрыплево. Основная часть маршрута проходит по скоростной и качественной автомагистрали М1/Е30 (Брест-Москва) почти до самого Борисова. После съезда с трассы путь продолжается по асфальтированным дорогам местного значения до деревни Студенка и самой усадьбы. Практически весь маршрут пролегает по дорогам с хорошим покрытием, что исключает проблемы, связанные с гравийными или грунтовыми участками, которые могут ожидать путешественников на пути в «Засценка Скрыплеў», особенно в плохую погоду.

В целом, маршрут на автомобиле «Минск — трасса М1 — съезд у Борисова — местные асфальтированные дороги — усадьба «Бивак»» выглядит проще и надежнее. Маршрут на общественном транспорте «Минск — Борисов (частый транспорт) — Усадьба (местный автобус/такси)» также является гораздо более реалистичным и удобным вариантом по сравнению с путем до Скрыплево.

В результате, находясь на практически одинаковом расстоянии от Минска, что и «Засценак Скрыплеў», агроусадьба «Бивак» оказывается несравнимо доступнее. Это преимущество обусловлено ее близостью к крупному городу Борисову с его развитым транспортным узлом и прохождением рядом основной автомагистрали страны. Такая легкая доступность делает «Бивак» привлекательным вариантом для значительно более широкого круга туристов, включая тех, кто путешествует без личного автомобиля, что наглядно демонстрирует критическое влияние окружающей транспортной инфраструктуры на привлекательность и потенциал агроусадоб.

Таким образом, сравнение двух агроусадоб, расположенных на примерно одинаковом удалении от Минска, наглядно демонстрирует критическую роль транспортной инфраструктуры. «Засценак Скрыплеў» иллюстрирует ситуацию, когда изоляция от транспортных артерий и узлов резко снижает доступность, несмотря на природные или культурные достоинства. «Бивак», напротив, показывает, как близость к развитой транспортной сети (крупный город, магистраль) делает отдых на сопоставимом расстоянии гораздо более реальным и удобным для широкого круга гостей.

Это подчеркивает, что для развития агротуризма в Беларуси недостаточно только живописных мест и гостеприимных хозяев. Необходимо системное улучшение инфраструктуры: ремонт и содержание подъездных дорог, развитие маршрутной сети местного общественного транспорта, обеспечение стабильной связи и интернета, а также поддержание базового комфорта в самих усадьбах. Решение этих комплексных задач позволит сделать отдых в белорусской деревне по-настоящему привлекательным и конкурентоспособным.

Таким образом, анализ проблем выявил, что развитие агроусадоб в Беларуси сдерживается комплексом взаимосвязанных проблем. Недавние законодательные изменения, увеличившие налоговую нагрузку и обязательные платежи, создали существенное финансовое давление, подрывающее рентабельность и конкурентоспособность сектора. Эта экономическая нестабильность усугубляется ярко выраженной сезонностью спроса, с которой многие усадьбы не могут эффективно справиться из-за недостаточной готовности к приему гостей вне сезона и слабых круглогодичных предложений. Одновременно, критические инфраструктурные ограничения, особенно проблемы с транспортной доступностью и недостаток базовых удобств снижают привлекательность отдыха для современных туристов. Наконец, несмотря на потенциальный интерес горожан, слабый маркетинг, низкая осведомленность потребителей и отсутствие единой стратегии продвижения приводят к нереализованному

рыночному потенциалу. В совокупности все эти препятствуют устойчивому росту агроэкотуризма и требуют комплексного решения для раскрытия его потенциала.

3.3 Пути решения проблем и перспективы развития агроусадеб в Республике Беларусь

Детальный анализ, проведенный ранее, выявил глубину и системный характер проблем, сдерживающих развитие агроусадеб в Республике Беларусь. Ужесточение нормативно-правовой базы, возросшее финансовое давление, выраженная сезонность, инфраструктурные сложности и существенные маркетинговые просчеты привели к резкому сокращению числа субъектов агроэкотуризма и поставили под угрозу дальнейшую устойчивость всего сектора. Очевидно, что без ~~жестких~~ мер по преодолению этих барьеров агроэкотуризм не сможет реализовать свой значительный потенциал, важный для диверсификации сельской экономики, сохранения культурного наследия и стимулирования внутреннего туризма.

Проблема неэффективного маркетинга является одним из основных барьеров для развития агроусадеб в Беларуси. Это подтверждается большим разрывом между высоким интересом городских жителей и низкой реальной посещаемостью. Недавняя ликвидация единого бренда «Отдых в деревне» усугубляет ситуацию, оставляя сектор разрозненным и лишенным общей стратегии продвижения. Простое воссоздание похожего централизованного бренда может оказаться нереалистичным и неэффективным решением, так как рискует повторить проблемы предыдущей инициативы.

По мнению автора, более реалистичным и современным подходом является **создание комплексной цифровой маркетинговой экосистемы**, которая будет выполнять функции информирования туристов и продвижения услуг, но с большей гибкостью, вовлеченностью самих владельцев усадеб и ориентацией на современные каналы коммуникации. Эта система должна включать несколько взаимосвязанных компонентов:

1. Разработка и запуск Единой Национальной онлайн-платформы агроэкотуризма.

В качестве платформы может служить удобный, современный и визуально привлекательный веб-сайт и/или мобильное приложение, которое станет первым и главным пунктом для туристов, которые ищут отдыха в сельской местности. такая платформа должна включать следующие пункты:

- Полный каталог белорусских агроусадеб с подробными профилями, эстетическими фотографиями, детальным описанием услуг,

актуальными ценами, удобствами и, конечно же, правилами проживания.

- Интерактивная карта с возможностью поиска усадеб по регионам, близости к тому или иному городу, природным или историческим объектам.
- Удобная система поиска и фильтров по типу отдыха (семейный, активный, гастрономический, охота/рыбалка и т.д.), наличию удобств (баня, фермерское питание, инклюзивная доступность), а также по ценовому диапазону.
- Система онлайн-бронирования и проверки наличия свободных мест с интеграцией с календарями усадеб для упрощения процесса заказа.
- Информационный раздел или же блог с полезными статьями о различных регионах Беларуси, преимуществах той или иной области, идеями для отдыха, отзывами туристов и анонсами фестивалей или же событий.

Платформа может управляться уполномоченными госорганами, например, Министерством спорта и туризма или Национальным агентством по туризму, или созданной для этого отдельной структурой.

Финансирование платформы может быть смешанным: государственные средства на разработку и поддержку; небольшая комиссия с бронирования или абонентская плата для усадеб при регистрации за возможности продвижения.

2. Стимулирование и поддержка активности в социальных сетях.

Для более масштабного присутствия агроусадб на просторах интернета можно проводить обучение для владельцев усадеб, например, проводить бесплатные вебинары или создавать методические материалы по основам SMM: как вести странички в популярных социальных сетях, создавать качественный и визуально приятный контент, писать увлекательные тексты, использовать хэштеги, а также вовлекать аудиторию в деятельность усадьбы.

Также, для популяризации агроусадб в интернете можно создать и внедрить единые и легко запоминающиеся хэштеги, например, #агроотдыхбеларусь, #агроусадьба.by, #агро.by и т.д., для облегчения поиска для пользователей.

Дополнительно можно проводить ежемесячные SMM-акции с розыгрышами сертификатов на проживание в той или иной усадьбе для стимулирования пользовательской активности и расширения узнаваемости с помощью репостов.

3. Развитие регионального и тематического маркетинга.

Вместо единого и обезличенного бренда можно делать акцент на продвижении уникальных особенностей регионов или тематический

кластеров. Например, «Озерный край Витебщины», «Замки и усадьбы Гродненщины», «Полесские традиции», «Налибокские тропы» и т.д.

Также, можно объединять усадьбы по специализации, например, «Гастро-усадьбы Беларуси», «Усадьбы для семей с детьми», «Эко-фермы», «Ремесленные подворья» и т.д., и совместно их продвигать для конкретных целевых аудиторий.

Как пример, агроусадьбы вокруг Беловежской пуши могут совместно продвигать единый пакет услуг «Выходные в Пуще», включающий проживание, экскурсию по нацпарку, дегустацию местных продуктов, наблюдение за зубрами и велопрогулки.

Следующей проблемой, препятствующей всестороннему развитию агроусадеб и повышению спроса на их услуги, является неудовлетворительная инфраструктура: плохая транспортная доступность и отсутствие стабильной связи и интернета. Как показал анализ сравнения примеров (агроусадьбы «Засценка Скрыплеў» и «Бивака»), возможность легко и удобно добраться до места отдыха критически важна для современных туристов и напрямую влияет на привлекательность усадьбы, независимо от ее аутентичности или природных богатств. Кроме того, возможность оставаться на связи 24 часа в сутки также занимает не последнее место при выборе агроусадеб.

Пути решения данной проблемы должны сочетать в себе стратегические государственные инициативы с более локальными мерами (табл. 3.1).

Таблица 3.1 — Проблемы агроусадеб в Республике Беларусь и пути их решения.

№	Выявленная проблема	Возможно решение проблемы
1.	Усложнение нормативно-правовой базы и увеличение финансового давления	- Косвенное решение: повышение доходов и привлекательности агроусадеб через улучшение маркетинга и инфраструктуры (см. решения ниже), что позволит покрывать возросшие издержки и сохранять конкурентоспособность.
2.	Сильно выраженная сезонность спроса	- Развитие и продвижение круглогодичных предложений - Улучшение инфраструктуры усадеб для комфортного пребывания в межсезонье (обеспечение отопления, горячей воды, улучшение удобств внутри помещений).
3.	Недостатки в сфере маркетинга и продвижения	- Создание комплексной цифровой маркетинговой системы: разработка Единой Национальной онлайн-платформы (веб-сайт/мобильное приложение) - Стимулирование и поддержка активности в социальных сетях - Развитие регионального и тематического маркетинга

4.	Инфраструктурные ограничения и дефицит базовых удобств	- Комплексное улучшение инфраструктуры - Обеспечение связи и доступа в Интернет - Улучшение транспортной доступности
----	--	--

Примечание. Собственная разработка

1. Улучшение транспортной доступности.

Первоочередной задачей для государственных и местных органов власти должно стать включение подъездных путей к популярным агроусадьбам и туристическим кластерам в планы по ремонту дорожных сетей. Приоритет следует отдавать направлениям с наибольшим туристическим потоком или потенциалом. Это не обязательно строительство новых автобанов, но регулярный ремонт и поддержание удовлетворительного состояния гравийных и асфальтированных дорог местного значения уже значительно улучшит ситуацию.

Также, присутствует необходимость пересмотра маршрутов и расписания пригородных автобусов, связывающих районные центры (куда туристы могут добраться поездом или междугородним автобусом) с деревнями, где расположены усадьбы. Например, можно ввести дополнительные рейсы в пиковые дни (пятница вечер, суббота утро, воскресенье вечер), рассмотреть возможность запуска сезонных «туристических» маршруток в летний период, обслуживающих несколько усадеб в одном направлении или же частично субсидировать такие маршруты для обеспечения их рентабельности и доступной цены для туристов.

Дополнительно, можно организовать координированные трансферные услуги. Владельцы усадеб, расположенных в одном районе или кластере, могут кооперироваться для организации совместных трансферов от ближайших транспортных узлов (ж/д станций, автовокзалов). Это может быть собственный микроавтобус кластера или же договоренность с каким-либо местным перевозчиком. Информация о такой услуге, ее стоимости и расписании должна быть легко доступна на сайтах усадеб и центральной платформе.

2. Обеспечение связи и доступа в Интернет.

Активная агитация со стороны туристических ассоциаций и местных властей для включения районов с высокой концентрацией агроусадьб в государственные программы по расширению покрытия мобильной связи может помочь многим агроусадьбам решить проблему с отсутствием стабильной связи и Интернет-соединения в сельской местности.

Если же невозможно обеспечить интернет во всех гостевых домах, создание стабильной Wi-Fi зоны в общем пространстве (например, в столовой или же гостиной) уже будет большим плюсом для многих гостей.

Конечно, в некоторых случаях ограниченную связь можно позиционировать как преимущество: возможность отдохнуть от технологий и информационного шума. Однако это подходит не всем туристам и должно быть четко заявлено в концепции усадьбы. При этом базовая возможность для экстренной связи должна быть обеспечена.

Исходя из предложенных решений и их возможного внедрения в государственную туристическую политику, можно сделать примерный прогноз развития агроусадоб.

Данный прогноз представит развитие сектора агроэкотуризма в период 2026-2028 годов при условии, что предложенные решения ключевых проблем — создание комплексной цифровой маркетинговой экосистемы и реализация мер по улучшению инфраструктуры — будут не только запущены в предшествующие годы, но и начнут демонстрировать свою эффективность, продолжая активно развиваться.

Что касается количества субъектов агроэкотуризма, то к началу 2026 года ожидается стабилизация и умеренный рост до 1700-1850 субъектов. В указанный период основной фокус сместится с бурного восстановления на устойчивый, качественный рост. Функциональность национальной платформы, включающей эффективные инструменты продвижения и бронирования, снизят маркетинговые барьеры для входа на рынок. Улучшение инфраструктуры сделает привлекательными локации, которые ранее считались труднодоступными. Это будет стимулировать как открытие новых усадоб, так и возвращение на рынок тех, кто ранее ушел из-за нерентабельности или сложности продвижения.

Далее, в 2027-2028 годах, рост станет еще более плавным, рынок приблизится к новому насыщению, но уже на более качественном уровне, количество дойдет до 1950-2150 субъектов. Повысится значимость репутации (рейтинги на платформе, отзывы туристов) и соответствия стандартам. Сектор стабилизируется на уровне, который меньше пикового по количеству, но значительно превосходит его по профессионализму и устойчивости.

Если говорить о численности туристов, то можно предположить, что к 2026 году может ожидаться выход на 480-550 тыс. туристов, так как ставшая привычным и удобным инструментом, платформа значительно упростит поиск, выбор и бронирование агроусадоб. Специализированные фильтры, качественные описания, актуальные фото и система отзывов повысят доверие и снизят риски для туриста. Продвижение региональных и тематических направлений через платформу привлечет новые сегменты аудитории.

Также, решение проблемы инфраструктуры сделает доступными многие усадьбы для туристов без личного автомобиля, значительно расширив потенциальный рынок. Обеспечение стабильной связи и интернета повысит

комфорт и позволит привлекать аудиторию, нуждающуюся в связи, например, для удаленной работы или же длительного пребывания.

К 2027 году совместное действие предложенных решений приведет к уверенному росту турпотока: 550-620 тыс. туристов.

В 2028 году рост продолжится, возможно, с небольшим замедлением, так как основной барьер доступности будет в значительной мере снят: примерно 600-680 тыс. человек, что превысит предыдущие пиковые значения. Фокус сместится на повторные визиты и привлечение через уникальные предложения.

При условии успешной и последовательной реализации предложенных мер, период 2026-2028 годов может стать для агроэкотуризма Беларуси этапом перехода к зрелому, устойчивому и качественно новому уровню развития. Снижение данных барьеров позволит не только восстановить, но и превысить прежние пиковые показатели по турпотоку, при этом количество субъектов стабилизируется на более низком, но профессиональном уровне.

Таким образом, можно подвести итог, что всесторонний анализ текущего состояния сектора агроэкотуризма в Беларуси выявил существенный разрыв между значительным потенциалом отрасли, подтвержденным потребительским интересом, и реальным положением дел. Были выявлены ключевые проблемы — от нормативно-правовых и налоговых изменений до недостатков в инфраструктуре (особенно транспортной доступности и связи) и системных барьеров в маркетинге, которые позволили установить основные причины резкого сокращения числа агроусадеб и сдерживания развития. На основе этого анализа были предложены конкретные, комплексные пути решения, направленные на создание современной цифровой маркетинговой экосистемы и реализацию многоуровневых инфраструктурных улучшений. Прогнозирование дальнейшей динамики показало, что перспективы восстановления и перехода к устойчивому росту агроэкотуризма напрямую зависят от эффективности и последовательности внедрения предложенных мер.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Анализ положения агроусадеб на туристическом рынке Беларуси выявил сложную динамику: после периода роста сектор столкнулся со значительным спадом, вызванным главным образом недавними изменениями в законодательном и налоговом регулировании. Исследование показало неравномерное региональное развитие, где лидируют Минская, Брестская и Гродненская области, что обусловлено как природно-культурным потенциалом, так и уровнем инфраструктурного развития. Была подтверждена тесная взаимосвязь агроусадеб с другими видами туризма (экологическим, культурно-познавательным, активным, гастрономическим, оздоровительным), что подчеркивает их интеграционный потенциал и возможность создания комплексных турпродуктов. Сравнение с передовым зарубежным опытом, в частности Франции, продемонстрировало важность системной поддержки, устойчивых практик, кластерного подхода и эффективного маркетинга для успешного развития отрасли. Анализ современных тенденций указал на перспективность таких направлений, как глэмпинг, образовательные программы, углубление экологической составляющей и сохранение нематериального культурного наследия через фестивали и тематические мероприятия.

2. Центральной частью исследования стал углубленный анализ проблем, сдерживающих развитие агроусадеб. На основе изучения спроса (на примере клиентов ООО «Бюро путешествий «Вентотур»), SWOT-анализа и изучения актуальных данных были выявлены критические барьеры: ужесточение нормативно-правовой базы и непосильное для многих налоговое бремя, существенные инфраструктурные ограничения (особенно транспортная доступность и качество связи/интернета), выраженная сезонность, приводящая к финансовой нестабильности, и системные недостатки в маркетинге и продвижении, ведущие к низкой осведомленности потребителей и нереализованному рыночному потенциалу. Подтверждено, что несмотря на высокий интерес к сельскому отдыху, реальная частота посещений остается низкой, а выбор часто определяется базовыми факторами комфорта и доступности, которые не всегда обеспечиваются на должном уровне.

3. Исследование позволило сделать вывод, что агроусадыбы Беларуси обладают значительным природным, культурным и социально-экономическим потенциалом, однако его реализация в настоящее время затруднена комплексом системных проблем. Дальнейшее устойчивое развитие сектора невозможно без принятия действенных мер по оптимизации законодательства, оказанию реальной поддержки субъектам агроэкотуризма,

целенаправленному улучшению сельской инфраструктуры и внедрению современных маркетинговых стратегий.

Таким образом, цель дипломной работы — исследование современного состояния субъектов агротуризма, выявление проблем и определение перспективных направлений — была достигнута. Задачи исследования успешно решены, что позволило сформулировать обоснованные выводы и предложения.

Результаты исследования имеют практическую значимость и могут быть использованы органами государственного управления при разработке стратегий развития туризма и поддержки сельских территорий, а также владельцами агроусадб для совершенствования своей деятельности и повышения конкурентоспособности. Ключевыми рекомендациями являются пересмотр и смягчение некоторых аспектов налогового и регуляторного законодательства, создание единой, функциональной цифровой маркетинговой платформы для продвижения и бронирования услуг агроусадб, а также целенаправленное государственное и частное инвестирование в улучшение транспортной доступности и коммуникационной инфраструктуры в регионах с высоким туристическим потенциалом.

Реализация предложенных мер позволит не только преодолеть текущий спад, но и вывести агротуризм Беларуси на новый, устойчивый и конкурентоспособный уровень развития, в полной мере используя его социально-экономический и культурный потенциал для блага сельских территорий и страны в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Agritourism Market in France: Outlook [Электронный ресурс] // Grand View Research. — Режим доступа: <https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/agritourism-market/france>. — Дата доступа: 10.02.2025.
2. Agritourism: Market potential [Электронный ресурс] // CBI – Centre for the Promotion of Imports. — Режим доступа: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/agritourism/market-potential>. — Дата доступа: 03.02.2025.
3. Explore French Agritourism [Электронный ресурс] // Solimar International. — Режим доступа: <https://www.solimarinternational.com/explore-french-agritourism>. — Дата доступа: 05.02.2025.
4. France as a Leader in Sustainable Tourism [Электронный ресурс] // Karlobag.eu. — Режим доступа: <https://karlobag.eu/en/ecology/france-as-a-leader-in-sustainable-tourism-eco-tourism-practices-and-rural-development-taqdz>. — Дата доступа: 18.02.2025.
5. Revista de Economie [Электронный ресурс] // Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu-Jiu. — Режим доступа: <https://www.utgjiu.ro/revista/ec>. — Дата доступа: 05.02.2025.
6. Slow Village: Sustainable rural tourism [Электронный ресурс] // Slow-village.com. — Режим доступа: <https://www.slow-village.com/en/>. — Дата доступа: 18.02.2025.
7. Агротуризм в Беларуси – популярный вид туризма [Электронный ресурс] // Grodno.in (gvozd1.by). — Режим доступа: <https://gvozd1.by/agroturizm-v-belarusi-populyarnyj-vid-turizma/>. — Дата доступа: 01.03.2025.
8. Агроэкотуризм в Беларуси [Электронный ресурс] // Belarus.by. — Режим доступа: <https://www.belarus.by/ru/travel/agritourism-in-belarus>. — Дата доступа: 01.12.2024.
9. Агроэкотуризм в Беларуси [Электронный ресурс] // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.mst.gov.by/ru/turizm/agroekoturizm.html>. — Дата доступа: 27.11.2024.
10. Агроэкотуризм: идеи для мероприятий [Электронный ресурс] // Национальный туристический портал. — Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/blog/agroturizm-v-belarusi-zanyatiya-usadby-festivali/>. — Дата доступа: 04.12.2024.
11. Агроэкотуризм: фестивали и активности [Электронный ресурс] // Национальный туристический портал. — Режим доступа:

- <https://www.belarustourism.by/blog/agroturizm-v-belarusi-zanyatiya-usadby-festivali/>. — Дата доступа: 04.12.2024.
12. Бизнес-идеи для организации агроусадьбы [Электронный ресурс] // Agro-usadba.by. — Режим доступа: <https://agro-usadba.by/predlozhenie-sotrudnichestva/agrousadba-biznes-idei-dlya-organizacii.html>. — Дата доступа: 17.11.2024.
 13. Важно не просто работать, но и что-то зарабатывать: как агроусадьбы готовятся к новому сезону и чего ждут от него [Электронный ресурс] // Myfin.by. — Режим доступа: <https://myfin.by/article/biznes/28994-vazno-ne-prosto-rabotat-no-i-cto-to-zarabatyvat-kak-agrousadby-gotovatsa-k-novomu-sezonu-i-cego-zdut-ot-nego>. — Дата доступа: 01.03.2025.
 14. Глэмпинг: новый формат отдыха [Электронный ресурс] // 34travel.me. — Режим доступа: <https://34travel.me/post/glamping>. — Дата доступа: 01.12.2024.
 15. Гончарный мастер-класс [Электронный ресурс] // Hatka.by. — Режим доступа: <https://hatka.by/goncharnyiy-master-klass/>. — Дата доступа: 09.01.2025.
 16. Инновации в агроэкотуризме [Электронный ресурс] // Электронная библиотека БГУ. — Режим доступа: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/49609/1/gaidukevich_2013_Innovazii_sbornik.pdf. — Дата доступа: 04.12.2024.
 17. Как агроусадьбы готовятся к новому сезону [Электронный ресурс] // Myfin.by. — Режим доступа: <https://myfin.by/article/biznes/28994-vazno-ne-prosto-rabotat-no-i-cto-to-zarabatyvat-kak-agrousadby-gotovatsa-k-novomu-sezonu-i-cego-zdut-ot-nego>. — Дата доступа: 17.11.2024.
 18. Какие налоги должна платить агроэкоусадьба? [Электронный ресурс] // BRKA. — Режим доступа: <https://brka.by/news/kakie-nalogi-dolzha-platit-agroekousadba/>. — Дата доступа: 04.12.2024.
 19. Мастер-класс по кузнечному делу [Электронный ресурс] // BELKRAJ. — Режим доступа: <https://belkraj.by/belarus/trabutishki/experience/master-klass-po-kuznechnomu-delu>. — Дата доступа: 23.01.2025.
 20. Мастер-класс по народной кукле [Электронный ресурс] // BELKRAJ. — Режим доступа: <https://belkraj.by/belarus/bobinka/experience/master-klass-po-narodnoy-kukle>. — Дата доступа: 23.01.2025.
 21. Мастер-класс по плетению фенечек и браслетов [Электронный ресурс] // Hatka.by. — Режим доступа: <https://hatka.by/master-klass-po-pleteniyu-autentichnyih-fenechek-i-brasletov/>. — Дата доступа: 09.01.2025.
 22. Медовая продукция «Мир Пчел» [Электронный ресурс] // Экомузей «Мир Пчел». — Режим доступа: <http://honeyworld.by/>. — Дата доступа: 29.01.2025.

23. Мониторинг указа о мерах по развитию агроэкотуризма в Беларуси проводится на Правовом форуме [Электронный ресурс] // БЕЛТА. — Режим доступа: <https://belta.by/society/view/monitoring-ukaza-o-merah-po-razvitiju-agroekoturizma-v-belarusi-provoditsja-na-pravovom-forume-620507-2024/>. — Дата доступа: 01.03.2025.
24. Национальная стратегия устойчивого развития туризма [Электронный ресурс] // Национальный туристический портал. — Режим доступа: <https://www.belarustourism.by/news/%D0%9D%D0%90%D0%A6%D0%98%D0%9E%D0%9D%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%90%D0%AF%20%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%98%D0%AF.pdf>. — Дата доступа: 27.11.2024.
25. Новости налогового регулирования агроусадеб [Электронный ресурс] // Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.nalog.gov.by/news/21301/?sphrase_id=14738313. — Дата доступа: 27.11.2024.
26. Новые налоги и регистрация агроусадеб в Беларуси [Электронный ресурс] // Deutsche Welle. — Режим доступа: <https://www.dw.com/ru/novye-nalogi-i-obazatelnaa-registracia-cto-proishodit-s-agrouadbami-v-rb/a-70679375>. — Дата доступа: 27.11.2024.
27. О мерах государственной поддержки сельскохозяйственного производства [Электронный ресурс] // Эталон. — Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=p32200351&q_id=5979358. — Дата доступа: 06.11.2024.
28. О развитии агроэкотуризма [Электронный ресурс] // Охрана труда. Техносферная безопасность (protrud.by). — Режим доступа: <https://protrud.by/articles/element/o-razvitii-agroekoturizma/>. — Дата доступа: 01.03.2025.
29. Особенности агроэкотуризма в Беларуси [Электронный ресурс] // Репозиторий БНТУ. — Режим доступа: <https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/128161/155-163.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. — Дата доступа: 06.11.2024.
30. Особенности регулирования агроэкотуризма в Беларуси [Электронный ресурс] // Pravo.by. — Режим доступа: <https://pravo.by/novosti/analitika/2023/january/72791/>. — Дата доступа: 17.11.2024.
31. Перспективы развития экотуризма в Беларуси [Электронный ресурс] // Электронная библиотека БГУ. — Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/294948/1/80-86.pdf>. — Дата доступа: 06.11.2024.

32. Планируемые изменения по сбору за агроэкотуризм с 2024 г. [Электронный ресурс] // ilex.by. — Режим доступа: <https://ilex.by/news/planiruemye-izmeneniya-po-sboru-za-agroekoturizm-s-2024-g/>. — Дата доступа: 01.03.2025.
33. Постановление Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь №59 [Электронный ресурс] // Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.mshp.gov.by/documents/post59.pdf>. — Дата доступа: 17.11.2024.
34. Пресс-конференция: агроэкотуризм Беларуси: текущее состояние, особенности законодательства, перспективы [Электронный ресурс] // Национальный туристический портал. — Режим доступа: https://www.belarustourism.by/news/press-konferentsiya-agroekoturizm-belarusi-tekushchee-sostoyanie-osobennosti-zakonodatelstva-perspek/?sphrase_id=76532. — Дата доступа: 01.03.2025.
35. Сбор за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма [Электронный ресурс] // Экономическая газета (neg.by). — Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/sbor-za-osushchestvlenie-deyatelnosti-po-okazaniyu-uslug-v-sfere-agroekoturizma/>. — Дата доступа: 01.03.2025.
36. Современные подходы к развитию агроэкотуризма [Электронный ресурс] // Электронная библиотека Белорусского государственного университета физической культуры. — Режим доступа: <http://elib.sportedu.by/bitstream/handle/123456789/2104/124-127.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. — Дата доступа: 06.11.2024.
37. Справка о результатах проведения правового мониторинга постановления Совета Министров Республики Беларусь от 30 мая 2005 г. № 573 «О создании туристских зон» [Электронный ресурс] // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://mst.gov.by/en/component/k2/22686-spravka-o-rezultatakh-provedeniya-pravovogo-monitoringa-postanovleniya-soveta-ministrov-respubliki-belarus-ot-30-maya-2005-g-573-o-sozdanii-turistskikh-zon.html>. — Дата доступа: 01.03.2025.
38. Статистика агроэкотуризма в Беларуси [Электронный ресурс] // Белстат. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/615/p78o90afv5xbss68f3d8700krj_jwj8vz.pdf. — Дата доступа: 04.12.2024.
39. Традиционный белорусский сыр [Электронный ресурс] // BELKRAJ. — Режим доступа:

- <https://belkraj.by/belarus/germanovshchina/experience/tradicionnyy-belorusskiy-syr>. — Дата доступа: 29.01.2025.
40. Туризм в Беларуси: статистический сборник [Электронный ресурс] // Белстат. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/9b3/br1vjwso15cj2wmx9faad2iu74rt61r0.pdf>. — Дата доступа: 27.11.2024.
41. Усадьба «Акарина» [Электронный ресурс] // Усадьбы.бай. — Режим доступа: <https://usadby.by/usadba-akaryna>. — Дата доступа: 09.01.2025.
42. Усадьба «Дары Велеса» [Электронный ресурс] // Дары Велеса. — Режим доступа: <https://darivelesa.by/>. — Дата доступа: 23.01.2025.
43. Усадьба «Студинка» [Электронный ресурс] // belarus-holiday. — Режим доступа: <https://belarus-holiday.by/ads/studinka>. — Дата доступа: 23.01.2025.
44. Усадьба «Хлебовичи» [Электронный ресурс] // Instagram. — Режим доступа: https://www.instagram.com/usadba_hlebovichi/. — Дата доступа: 23.01.2025.
45. Формирование рыночного предложения в агрозкотуризме [Электронный ресурс] // Высшая школа экономики. — Режим доступа: <https://marketing.hse.ru/blog/formirovanie-rynochnogo-predlozhenija/>. — Дата доступа: 27.11.2024.
46. Формирование стратегии инновационного развития экотуризма [Электронный ресурс] // Cyberleninka. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-formirovaniya-strategii-innovatsionnogo-razvitiya-na-primere-ekoturizma>. — Дата доступа: 01.12.2024.
47. Центр «Тантра» [Электронный ресурс] // Тантра. — Режим доступа: <https://tantra.by/>. — Дата доступа: 29.01.2025.
48. Чем примечателен агрозкотуризм в Беларуси? [Электронный ресурс] // Официальный туристический портал Беларуси (belarus.travel). — Режим доступа: <https://ru.belarus.travel/news/chem-primechatelen-agroekoturizm-v-belarusi>. — Дата доступа: 01.03.2025.
49. Экологические туристические кластеры в Беларуси [Электронный ресурс] // Программа развития ООН в Беларуси. — Режим доступа: <https://www.undp.org/ru/belarus/stories/ekoturisticheskie-klastery-sotrudnichestvo-dlya-lyudey-i-prirody>. — Дата доступа: 01.12.2024.
50. Экотуризм в Березинском заповеднике [Электронный ресурс] // Березинский биосферный заповедник. — Режим доступа: https://berezinsky.by/news-detail/?ELEMENT_ID=885. — Дата доступа: 04.12.2024.

51. Экотуризм: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] // Электронная библиотека Белорусского государственного университета физической культуры. — Режим доступа: <http://elib.sportedu.by/bitstream/handle/123456789/2196/45-46.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. — Дата доступа: 17.11.2024.