

нейших ресурсов, которые город может предложить предприятиям. Выделяют также еще одну целевую группу, за которую борются города, — туристы, приезжие, которые не только приносят доход предприятиям города, но и являются значительным носителем информации о городе, помогают «нанести его на карту». Богатство его зависит от способности привлечь или создать достаточно прибыльные виды экономической деятельности. Существует много индикаторов конкурентоспособности города, мы считаем, что основными, наиболее приемлемыми для измерения конкурентоспособности городов Белоруссии могут считаться следующие индикаторы: производительность (эффективность), занятость, уровень (качество) жизни. М. Портер в его известной модели «бриллианта» дает четыре элемента, объясняющие экономическое развитие города или региона: стратегическое (геополитическое) расположение, спрос на местном рынке, интеграция с местными «кластерами», человеческие ресурсы.

По мнению И. Бегга, в краткосрочном периоде конкурентоспособность зависит от структуры экономики, так же как и от характера и эффективности институтов, качества и распространенности инфраструктуры и других факторов, которые влияют и на эффективность национальной системы в целом. В долгосрочном периоде конкурентоспособность зависит от способности достичь устойчивого изменения факторов, которые способствуют росту производительности [2].

Эти точки зрения отражают перенос акцентов в современной региональной и муниципальной экономической науке Европы со «сравнительного преимущества» того или иного места расположения, на котором основывалась традиционная региональная экономика к «конкурентному преимуществу». Здесь акцент делается на то, что как бизнес, так и население становятся все более свободными в выборе своего места размещения и жительства в связи с современными процессами глобализации и информатизации. Поэтому снижается роль факторов, присущих тому или иному месту расположения (природных ресурсов, географического положения), и возрастает роль факторов, которые могут быть созданы в самом городе.

Тем не менее, по-нашему мнению, было бы неправильно не принимать во внимание первые из вышеуказанных факторов. В Республики Беларусь вторые только начинают оказывать свое влияние, но именно они являются регулируемыми. Их значение будет возрастать с развитием бизнеса, увеличением роли межрегиональных и межгосударственных экономических связей, ростом доходов населения и повышением его мобильности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Krugman P. Making sense of the competitiveness debate // Oxford review of Economic policy. – 1996. – No. 12. – P. 17-25.
2. Begg I. Cities and competitiveness // Urban Studies. – 1999. – Vol. 36. – P. 795-809.

**ИЛЮЧИК Т.В., аспирантка**

*Учреждение образования «Полесский государственный университет», г. Пинск*

### АГРОЭКОТУРИЗМ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Мировой опыт стран с развитым туризмом и присущие им факторы экономической, социальной и политической стабильности подтверждают, что географическое положение государства, его природно-климатические ресурсы и достопримечательности (исторические, культурные и др.) становятся всеобщим благом посредством развития устойчивого туризма [8].

Геополитическое расположение Республики Беларусь в центре Европы, природные и историко-культурные ценности определяют развитие в стране агротуризма как одного из направлений туризма. Предпосылки развития агротуризма подкреплены законодательно в Указе Президента Республики Беларусь от 02.06.2006 г. №372 «О мерах по развитию агротуризма в Республике Беларусь». В нем дано определение агротуризма: «временное пребывание граждан Республики Беларусь, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – агротуристы) в сельской местности, малых городских поселениях в целях получения услуг, оказываемых субъектом агротуризма для отдыха, оздоровления, ознакомления с природным потенциалом республики, национальными культурными традициями без занятия трудовой, предпринимательской, иной деятельностью, оплачиваемой и (или) приносящей прибыль (доход) из источника в месте пребывания» [1].

Субъекты агроэкотуризма могут оказывать ряд услуг в сфере агроэкотуризма: предоставлять жилые комнаты (не более пяти) для размещения агроэкотуристов; обеспечивать их питанием с использованием продукции собственного производства; организовывать познавательные, спортивные и культурно-развлекательные экскурсии и программы; предоставлять другие услуги, связанные с приемом, размещением, транспортным и иным обслуживанием агроэкотуристов.

Несмотря на все неоспоримые факты положительного влияния агроэкотуризма на политическую, экономическую и социальную жизнь общества, в современной научной литературе, к сожалению, нет однозначного определения термина «агроэкотуризм», оно по-разному трактуется не только отдельными специалистами, но и различными туристическими организациями. Это связано с многоаспектностью содержания понятия агроэкотуризм. По определению отдельных авторов, агроэкотуризм - это сфера экономики, которую следует рассматривать в различных аспектах: как сферу разнообразных услуг, как сектор внутреннего и международного туризма, а также как вид предпринимательской деятельности в сельской местности [5,8].

Развитие агроэкотуризма в Республике Беларусь проходит в условиях мирового финансового кризиса. Поэтому единственный эффективный путь устойчивого развития этого направления туризма – формирование его как составной части инновационного развития экономики страны или региона. Стимулирующие условия для влияния на инновационные процессы в развитии агроэкотуризма создали принятые в стране нормативно-правовые акты, определяющие разработку государственной и региональной концепций развития устойчивого агроэкотуризма. Среди них постановление Совета Министров Республики Беларусь от 30.05.2005г. №573 «О создании туристских зон», согласно которому предусматривается создание на территории Республики Беларусь 27 туристских зон, формирование в них благоприятных условий для экономического развития и привлечения в индустрию туризма отечественных и иностранных инвестиций при безусловном сохранении, рациональном использовании и приумножении природного потенциала и историко-культурного наследия. В Брестской области предусмотрено создание 5 туристских зон [2]. На выполнение мероприятий Национальной программы развития туризма на 2008-2010 годы запланировано выделить 652,5 млрд. руб. [3].

Реализация созданных в Республике Беларусь благоприятных условий обеспечивает формирование и развитие различных организационных форм функционирования агроэкотуризма и методов продвижения туристического продукта на рынки. На начало 2009 года в стране насчитывалось 474 агроэкоусадьбы, в Брестской области функционировало 75 сельских усадеб и 7 фермерских хозяйств. ОАО «Белагропромбанк» в области приняты к кредитованию 46 проектов на сумму 1662,0 млн. руб. [7].

Среди проблем, связанных с функционированием агроэкотуризма как сектора туристической индустрии, особо выделяют специфику турпродукта в этой сфере. Она проявляется в том, что представленный в ней набор услуг нельзя предварительно «попробовать». Поэтому установить, конкурентоспособен ли он, можно только со времени потребления в конкретной агроэкоусадьбе. В силу специфики такого турпродукта нами предлагается ввести термин «конкурентоспособный агроэкотурпродукт», включающий в себя виды услуг, перечисленные в пункте 5 Указа Президента Республики Беларусь от 02.06.2006 г. №372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» [1], с возможным уточнением их перечня.

Преимущественным фактором развития белорусского рынка агроэкоуслуг является то, что он формируется и «снизу», и «сверху» (т.е. на основе предпринимательской инициативы при серьезной поддержке государства, что отличает развитие агроэкотуризма в Беларуси, например, в сравнении с Украиной). Однако для решения проблемы устойчивого развития агроэкотуризма, управление процессом кооперации в агроэкотуристическом бизнесе, как составной части турбизнеса, следует руководить как с позиций общественных объединений, так и с государственных.

Концептуальные основы развития агроэкотуризма в Брестской области в 2009-2010 гг. – обеспечение устойчивого развития агроэкотуризма в регионе на основе практического внедрения кластерной модели его развития [4]. Как показывает зарубежная и отечественная практика, региональные кластеры, создаваемые по географическому принципу как комплексы или сеть из различных субъектов агроэкотуристической деятельности, помогающих и дополняющих друг друга при решении единой задачи обслуживания туристов, представляют собой конкурентоспособные организационные формы территориально-иерархической модели оказания услуг в сфере агроэкотуризма с различными уровнями локализации. В качестве стратегической цели для всей кластерной системы как конкурентной единицы предусматривается обеспечение конкурентоспособности на длительный период времени [4, 10].

Особо пристального внимания для формирования и развития кластеров требуют проблемы оценки потенциального платежеспособного спроса на конкурентоспособный агроэкотурпродукт. При этом следует исходить из того, что в регионах Республики Беларусь спрос на туристические ресурсы в сфере агроэкотуслуг со стороны потенциальных потребителей имеется, однако наличие спроса в то же время не означает наличие подготовленного, надлежащего качества и соответствующего ему ценовому соотношению, т.е. конкурентоспособного агроэкотурпродукта.

Для формирования рынка агроэкотуслуг определенного масштаба изначально важно обеспечение представления конкурентоспособного агроэкотурпродукта субъектом его производства (агроэкоусадьбой) в виде информационной (рекламной) формы для последующей продажи. Поэтому в составе кластера агроэкотуризма (или ассоциации субъектов агроэкотуризма) обязательно должны на определенных условиях, выгодных всем участникам рынка, сотрудничать и агроэкоусадьбы как субъекты производства конкурентоспособного агроэкотурпродукта, и туристические фирмы как субъекты продаж (продавец) соответствующего агроэкотурпродукта потребителю (агроэкотуристу). В противном случае, такой бизнес будет носить характер неорганизованных, хаотичных заездов туристов и вряд ли будет прибыльным.

Для изучения и анализа тенденций развития агроэкотуризма важно наличие и исследование статистической информации. К сожалению, проблемы статистического учета туристических услуг характерны для многих стран. Имеет место отсутствие полной и детальной статистической информации, единой методики расчета данных, единиц измерения, что приводит к несопоставимости данных различных стран. В этом плане следует отметить, что в Республике Беларусь с 03.01.2009 года Министерством по налогам и сборам введена в действие форма ведомственной статистической отчетности «Информация о деятельности в сфере агроэкотуризма» годовой периодичности.

По некоторым из пяти предусмотренных постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 30.05.2005 года №573 «О создании туристских зон» к созданию на территории Брестской области туристских зон выполнены определенные теоретические разработки, носящие инновационный характер [9, 11]. На практике также формируются новые субъекты агроэкотуризма, успешное функционирование которых и устойчивое развитие рынка услуг в сфере агроэкотуризма в регионе во многом будет зависеть от решения вышеизложенных и других проблем инновационного развития туристического бизнеса.

Как подтверждают исследования инновационных процессов в коммерциализации туристского продукта, успех продвижения на рынке проявляется в увеличении рыночной доли за счет инноваций во всех направлениях туристической деятельности, в том числе и в сфере агроэкотуризма [6].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Указ Президента Республики Беларусь от 02.06.2006 г. № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» (в ред. Указа Президента Республики Беларусь от 27.03.2008 г. №185).
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 30.05.2005 г. №573 «О создании туристских зон».
3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 21.12.2007 г. №1796 «Об утверждении Национальной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2008–2010 годы» (с измен. и доп. в ред. постановления Совета Министров Республики Беларусь от 18.08.2008 г. №1183).
4. Грибов, Г. М. Развитие агроэкотуризма в Брестской области в 2009-2010 гг. (концептуальные основы) / Г.М.Грибов [и др.]. – Брест, 2009. – 35 с.
5. Лученок, С. А. Агротуризм: мировой опыт и развитие в Республике Беларусь: монография / С.А. Лученок. – Минск : БГЭУ, 2008. – 198 с.
6. Новиков, В. С. Инновации в туризме/ В.С.Новиков. – М.: ИЦ «Академия», 2007. – 208 с.
7. Сайт Брестского облисполкома <http://www.brest-region.by> (информация на 14.08.2009).
8. Чудновский, А. Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М. : КНОРУС, 2007. - 416с.
9. Шарапо, А.В. Анализ факторов экологического туризма в заказнике «Споровский». Разработка концепции развития экологического туризма в заказнике «Споровский». Отчет о НИР/ А.В. Шарапо, Д.Г.Решетников. – Минск, БГУ, 2007. – 104 с.
10. Швец, И. В. Совершенствование управления конкурентоспособностью туристских услуг / И.Ю. Швец // Экономика Крыма. – 2008. – № 23. - С. 29-32.
11. Экологически устойчивое развитие региона «Беловежская пуца»: совмещение охраны природы и устойчивого развития / Программа развития ООН (ПРООН). Региональная программа ПРООН по развитию управленческого потенциала в области охраны окружающей среды. – Минск, 2003. – 12 с.