

6		Заключение	
7 Баллы:		Выводы:	
8	K1	2	Наблюдается общая обеспеченность предприятия собственными оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств.
9	K2	2	Собственных оборотных средств достаточно для обеспечения финансовой устойчивости
10	K3	2	Предприятие имеет хорошие способности рассчитываться по своим обязательствам
11	OK3	2	Отсутствие возможных затруднений в оплате кредиторской задолженности
12	ОДЗ	1	Наличие благоприятного состояния клиента и о его способности погашать кредит
13	Остаток по кредиту	1	Отсутствие проблем с погашением кредитов
14		$\Sigma 10$	
15	Количественная оценка возможного риска, %		$R = 100 - (E14/12 * 100)$

**Рисунок 1 – Заключение об условном клиенте**

Следует отметить, что выводы на данном листе будут формироваться автоматически при помощи функции «ЕСЛИ()» после заполнении столбца с баллами.

Мы считаем, что использование банками автоматизированной методики оценки платежеспособности потенциальных плательщиков кредита будет способствовать совершенствованию системы банковского риск-менеджмента, так как:

- во-первых, произойдет значительное снижение затрат времени на принятие решения о выдаче кредита клиентам, что впоследствии привлечет большее количество клиентов и, соответственно, увеличит доходы банка;
- во-вторых, будут развиваться системы риск-менеджмента у региональных отделений банка, что позволит снизить влияние процесса централизации банковской деятельности на оценку платежеспособности;
- в-третьих, в структурных подразделениях банка будут развиваться профессиональные навыки кредитных специалистов, принявших на себя ряд функций, выполняемых в условиях централизации непосредственно специалистами головного офиса.

#### **Список цитированных источников**

1. Банковское дело: учебник / Под ред. Г. Г. Коробовой. – М.: Магистр, 2018. – 480 с.
2. Банковское дело. Управление и технологии: Учебник / Под ред. А. М. Тавасиева. – М.: Юнити, 2014. – 671 с.
3. Тарасова, Г. М. Банковское дело: учебное пособие / Г. М. Тарасова, И. А. Газизулина, А. К. Муравьев. – Новосибирск: НГУЭУ, 2016. – 235 с.

УДК 338.48

**Трофимович Р. А.**

**Научный руководитель: ст. преподаватель Обуховская О. А.**

## **СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ АГРОТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ**

Для успешного развития агротуризма необходим анализ социально-культурных факторов, влияющих на этот процесс. К положительным факторам развития агротуризма относятся толерантность сельского населения, наличие

привлекательных природных и сельских ландшафтов, сохранность этнических особенностей и раритетных элементов материальной культуры и быта белорусской деревни. В ряде сельских регионов сохранились народные промыслы и ремесла, которые считаются одними из факторов привлекательности сельских поселений.

Туристические кластеры и дестинации – тренд последних лет в Беларуси. Кластер – это группа географически соседствующих компаний и связанных с ними организаций (органов госуправления, инфраструктурных субъектов хозяйствования), взаимодополняющих друг друга. Агротуризм в Беларуси становится все более востребованным. Сегодня хозяева агроусадеб, фермеры, ремесленники, представители турбизнеса, региональные отделы по туризму, БОО «Отдых в деревне» объединяют свои усилия для создания туристических кластеров. Цель этой работы – предложить гостям широкий комплекс услуг, создать уникальные туристические предложения и собственные бренды [1].

Примером кластерной модели развития могут быть два проекта, реализованных в Мядельском районе: «Создание кластера сельского туризма в деревне Комарово» и «Распространение опыта работы кластера сельского туризма». Результатом реализации проектов явилось создание сообщества (кластера) людей, которые объединены единой целью – развитие сельского туризма. Первый опыт приема туристов показал, что в одиночку привлечь большое количество туристов в сельскую местность сложно. Поэтому нужно объединить усилия по предоставлению различных видов услуг и развлечений, чтобы людям было интересно. При этом очень важно в деревне устраивать интересные праздники, о которых знал бы широкий круг потенциальных туристов. Например, в декабре проводятся «Камароўскія калядкі», в июле – выставка-ярмарка народных ремесел и промыслов «Камарова – кола дзён». В качестве ещё одного примера создания кластера можно привести проект «Кластер агротуризма Гомельщины», разработанный Гомельским городским научно-просветительским общественным объединением «Оракул» совместно с Гомельским государственным университетом имени Ф. Скорины. Целью проекта являлась разработка кластерной стратегии развития сельского туризма в регионе, которая направлена на создание региональных и местных агротуристических сетей, объединяющих различные модели агротуристических хозяйств и предприятий [2].

Возрастает интерес и к внутреннему туризму. Много памятников отреставрировано и включено в туристическую инфраструктуру. Туроператоры предлагают большое количество экскурсионных маршрутов. В результате проведенного нами социального исследования имиджа Беларуси опрошено 160 человек. В ходе анкетирования было выявлено, что уровень спроса на сельский отдых, как среди местных жителей, так и среди иностранцев, довольно велик. Для иностранцев очень важны тишина, спокойствие, близость природы, но хороший сервис, инфраструктура все-таки остаются в приоритете. Среди развлечений наиболее востребованы веломаршруты и иппотерапия, прогулки пешком, мастер-классы у народных умельцев (приготовление национальных блюд), сплавы на байдарках, походы по болотам, знакомство с местными обычаями и фольклором. Кроме того, для туристов очень важно наличие сауны и бани. Возрастает спрос на услуги оздоровления и спа-процедуры. Многие из респондентов хотели бы во время отдыха побывать

на фестивалях и праздниках. Заинтересованы туристы и в географической доступности усадьбы. Сельский дизайн, на взгляд респондентов, должен сочетаться с гигиеническими удобствами, чистотой усадьбы. Отмечена и значимость гостеприимства хозяев.

Беларусь – страна, которая готова предложить своим гостям не только насыщенную экскурсионную программу, лечение в санаториях, отдых на природе, но и места, где можно отведать белорусскую кухню и поучаствовать в развлекательной программе, основанной на народных праздниках и традициях. Это могут быть календарные праздники (Гуканне вясны, Масленица, Купалье, Коляды), тематические вечера (музыкальные, исторические), обрядовые программы (свадьба, день рождения). На многих усадьбах предлагают интерактивные элементы знакомства с народными ремёслами (гончарство, ткачество, соломоплетение, лозоплетение, шаповальство, выпечка). Интерес проявляют не только интуристы, но и местное население. Именно уникальность белорусского быта и культуры являются магнитом для притяжения туристов.

В Беларуси появилась мода на здоровый образ жизни и всевозможные эко-продукты. Спорту и здоровью уделяется большое внимание в Беларуси, и молодёжь поддерживает этот общеевропейский тренд. Велосипедные прогулки, походы с палатками, выходные за городом стали привычным делом для белорусов. Многие увлекаются йогой. Люди стали больше обращать внимания на здоровые продукты питания. Многие белорусские производители предлагают качественные продукты питания, и конкуренция на этом рынке большая. Кроме прочего, появилась мода на проведение корпоративных и семейных мероприятий за городом. Это могут быть свадьбы в разных стилях с выездной регистрацией брака, различные корпоративные празднования.

Сельский быт для молодого поколения – это скорее развлечение, а не естественная среда обитания. Главными потребителями продукта агроэкотуризма являются городские жители Беларуси. Урбанизация, неблагоприятная экологическая обстановка в городе, загрязнение промышленными и бытовыми отходами территорий вокруг крупных городов, постоянный стресс от городской жизни определили тенденцию развития эколого-ориентированных видов туризма. Выезжая в сельскую местность, городской житель получает возможность отдохнуть в экологически чистой среде, питаться натуральными и доступными по цене продуктами, выращенными хозяевами сельских усадеб. Важной предпосылкой для выбора отдыха в деревне являются также устоявшиеся в Беларуси традиции отдыха в сельской местности.

Отечественный агротуризм вполне соответствует мировым трендам. Наши агроусадьбы активно внедряют инновации, они креативны, каждая по-своему, экологичны, вовлекают в свою деятельность молодёжь и людей с ограниченными возможностями, предлагают туристам уникальную национальную кухню, объединяются в кластеры, проводят тематические фестивали. И все эти мероприятия, на наш взгляд, способствуют развитию агротуризма в Беларуси.

#### **Список цитированных источников**

1. Сайт БОО «Отдых в деревне» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ruralbelarus.by>. – Дата доступа: 20.05.2020.
2. Тарасенок, А. И. Бизнес в агро- и экотуризме: пособие / А. И. Тарасенок [и др.]. – Минск, 2014.