

западном обществе. Далеко не все страны имеют ресурсы для многих форм экстремального туризма.

Список использованных источников

1. Cyberleninka [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekstremalnyy-turizm-puti-i-perspektivy-razvitiya-na-tsentralnom-kavkaze>. – Дата доступа: 28.02.2017.
2. Rostourunion [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rostourunion.ru/vstuplenie_v_rst/prikluyuchenskiyi_ekstremal_nyui.html. – Дата доступа: 02.03.2017.
3. Tourlib [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/babkin11.htm. – Дата доступа: 27.02.2017.
4. Tourout [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tourout.ru/text/extreme.html>. – Дата доступа: 27.02.2017.

УДК 338.48

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КЛАСТЕРНОЙ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ БЕЛАРУСИ

Демьянов С.А.

Учреждение образования «Полесский государственный университет», г. Пинск, Республика Беларусь, damienne@mail.ru

The article is devoted to the objective problems of the implementation of the cluster concept for the development of rural tourism in Belarus. Studied the main challenges and opportunities for the development of cluster structures in the rural tourism business of Belarus.

Активная государственная поддержка развития агроэкотуризма в начале 2000-х гг. привела к агротуристическому «буму». Численность агроусадеб в стране в период 2006-2015 гг. увеличилась в 66,5 раз (с 34 до 2263 единиц). Региональная структура агроэкотуризма характеризуется территориальной концентрацией агроусадеб в Витебской (15,1/1000 км²) и Минской (14,9/1000 км²) областях, при низкой плотности в Гомельской (4,8/1000 км²) и Могилевской (7,4/1000 км²) областях [1, с. 65; 2, с. 64-65].

Такое стремительное развитие обусловило необходимость формирования качественно новых форм организации агротуристического бизнеса. Одной из эффективных форм организации сельского туризма являются агротуристические кластеры. К агротуристическим кластерам принято относить географически сконцентрированные группы субъектов агротуристического бизнеса, которые совместно используют местные туристические ресурсы и инфраструктуру и осуществляют совместное управление и маркетинговую деятельность.

Предпосылками формирования агротуристических кластеров являются: а) географическая концентрация и близость участников (концентрация в пределах локализованной территории); б) наличие конкурентных

агротуристических ресурсов (особо охраняемые природные территории, памятники природы, объекты материального и нематериального наследия); в) наличие прочных связей и взаимодействий между участниками кластера (обеспечивается через общественные советы по развитию агроэкотуризма); г) наличие критической массы предприятий (достаточное количество предприятий для инициирования создания кластера); д) организация совместных мероприятий участников в сфере агроэкотуризма [3, с. 8-10].

Кластеризация агротуристического бизнеса достаточно новое направление развития агроэкотуризма в Беларуси. Вследствие этого, реализация кластерной концепции в сфере агроэкотуризма имеет ряд методических и практических сложностей. Отсутствие необходимого опыта в области создания кластерных структур и поверхностное понимание теоретических и практических аспектов реализации кластерной концепции привели к подмене понятий. Поверхностный анализ научных исследований кластерной концепции позволяет говорить об определенной путанице в трактовке понятия «кластер», а также размытости его основных характеристик и свойств.

В основу кластерной концепции положен принцип гармоничного сочетания конкуренции и кооперации. В реалиях Беларуси, учитывая белорусский менталитет и готовность представителей бизнеса к реализации совместных коммерческих проектов на локальном уровне, такое сочетание конкуренции и кооперации представляется объективно сложным процессом. Формирование частного бизнеса в 1990-е гг. практически не предусматривало совместной деятельности конкурирующих организаций, что негативно сказалось на развитии традиций кооперации. Современный этап развития частного бизнеса в Беларуси характеризуется постепенной переориентацией предприятий на участие в проектах государственно-частного партнерства и реализацию совместных проектов с предприятиями-конкурентами. Однако понимание необходимости ведения совместной деятельности формируется в бизнес-сообществе Беларуси достаточно медленно.

Агроэкотуризм, как один из специализированных видов туризма, имеет важную особенность – в процессе создания и реализации агротуристического продукта заняты предприятия различных сфер деятельности (туристические фирмы, автоперевозчики, предприятия общественного питания, учреждения социо-культурной сферы и др.). Наличие критической массы предприятий, участвующих в формировании турпродукта и обслуживании агротуристов может свидетельствовать о наличии кластерного потенциала, однако на практике одного наличия критической массы явно недостаточно. Обеспечение качественного обслуживания и предоставление широкого спектра агротуристических услуг достигается только за счет взаимодействия всех участников агротуристического бизнеса. Поэтому наличие кооперации участников является одним из базовых условий эффективного развития агроэкотуризма.

Практическая реализация кластерной концепции развития агроэкотуризма также зависит от наличия ядра кластера, которое формируется предприятиями-лидерами. Такие предприятия часто называют «локомотивами» кластерного развития, поскольку они обеспечивают

функционирование и самоорганизацию кластера. В агроэкотуризме к таким предприятиям следует отнести агроусадьбы, которые обладают достаточным туристическим потенциалом и широким набором услуг для обеспечения основного потока агротуристов в конкретную дестинацию. К предприятиям ядра также могут относиться специализированные туроператоры, генерирующие потоки туристов в дестинацию. В случае формирования кластера одноядерным, ядром может быть ключевое предприятие (агроусадьба, турфирма или агротуристический комплекс), в бицентрической или полицентрической организации кластера ядрами могут выступать несколько крупных предприятий, имеющих одинаковое влияние на периферию. Предприятия, находящиеся вне ядра представляют собой сателлитные образования.

Существует три подхода к самоорганизации агротуристического кластера: централизованный, кооперационный и предпринимательский. Инициатором и ядром кластера в первом подходе являются местные органы самоуправления. В двух остальных – субъекты агротуристического бизнеса. Основным отличием кооперационного и предпринимательского подходов является то, что в первом случае инициатором выступает группа предприятий, работающих на основе партнерских отношений и паритета, а во втором – инициатором выступает единичный субъект агротуристического бизнеса. Наиболее эффективной формой организации агротуристического кластера представляется кооперационный подход, поскольку координация в кластере осуществляется на коллегиальной основе, а между предприятиями налажены партнерские отношения. В данном случае выполняется одной из важных условий кластерной концепции – наличие производственной кооперации предприятий. Коллегиальность и партнерство обеспечивают доверительные отношения между участниками кластера и побуждают их к более ответственному отношению к реализации кластерной инициативы и совместных мероприятий.

Одним из результатов, достигаемых в процессе реализации кластерной концепции, является приобретение дополнительных преимуществ, которые предприятие не может получить вне кластера. К таким преимуществам чаще относят внешние экстерналии, однако следует также рассматривать внутренние эффекты, получаемые от участия в кластере. Командная работа, совместная деятельность в области продвижения агротуристического продукта и его постоянной модификации, обмен опытом, новыми знаниями и технологиями обеспечивают развитие субъектов агротуристического бизнеса (повышение качества обслуживания агроэкотуристов, модернизация агротуристического продукта, экологичность производства местной продукции, соответствие агротуристического бизнеса требованиям зеленого туризма).

Ключевой проблемой современного агротуристического бизнеса Беларуси становится то, что основная цель зеленого туризма теряется в специализации агроусадьб и переходит в плоскость бизнеса развлечений. Оказание услуг, противоречащих определению зеленого туризма, крайне негативно сказывается на развитии агроэкотуризма. Услуги увеселительного характера, безусловно, эффективны с точки зрения прибыльности, однако они не в полной мере соответствуют заявленному виду туризма.

Роль государственных институтов в реализации кластерной концепции в сфере агротуризма в рамках подхода «снизу-вверх» должна сводиться к консультационно-информационной деятельности. Чрезмерное вмешательство государства в процесс формирования и развития кластера может принести больше вреда, чем положительных изменений. Поскольку формирование кластера является стихийным процессом, вмешательство государства может усложнить естественные процессы кластеризации.

Таким образом, современный агротуристический бизнес имеет большой потенциал для формирования кластерных структур локального уровня, однако выделенные сдерживающие факторы негативно отражаются на эффективности реализации кластерной концепции в сфере агротуризма. Кооперативный подход, формирование ядра и инициативной группы, соответствие деятельности агроусадеб канонам «зеленого» туризма и умеренное участие государства в развитии безусловно сыграют положительную роль в создании эффективных агротуристических кластеров.

Список использованных источников

1. Туристические ресурсы: Статистический сборник. Председатель. ред. колл. Е.И. Кухаревич. Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2011. – 131 с.

2. Туристические ресурсы: Статистический сборник. Председатель. ред. колл. И.В. Медведева. Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2016. – 91 с.

3. Вертинская, Т.С., Клицунова В.А. Методология создания региональных туристических кластеров в Беларуси. – Минск: БОО «Отдых в деревне», 2014. – 52 с.

УДК 338.24

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В. Ю. КАРАБАН, С.В. АРТЕМЕНКО

БрГУ им. А.С. Пушкина (г. Брест, Беларусь)

The article presents the problems of development of hotel business in the Republic of Belarus and ways of their solution.

Развитие туризма в любой стране, регионе зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов. Уровень развития туристской инфраструктуры как фактор конкурентоспособности туристского комплекса Беларуси в настоящее время имеет низкую оценку. Гостиничное хозяйство Беларуси ни в количественном, ни в качественном отношении не отвечает требованиям современного туристского рынка. Средняя обеспеченность гостиничным фондом в Беларуси в настоящее время составляет 2,4 места на тысячу жителей, что значительно уступает среднеевропейскому показателю (30 мест на тысячу жителей). РБ является одной из немногих стран Европы, не