

УДК 336(075)

Трофимович Р. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Скопец Г. Г.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АГРОТУРИЗМА БЕЛАРУСИ И ГЕРМАНИИ

Целью данной работы является анализ развития агротуризма в Федеративной Республике Германия и в Республике Беларусь.

Особое место в системе современного мирового туристского рынка занимает агротуризм. Сегодня его принято рассматривать в качестве одного из ведущих и активно развивающихся секторов туристского рынка. Это связано с тем, что все больше иностранных граждан предпочитают агроусады не только для отдыха, но и для знакомства с культурой, бытом, традициями и природой других стран.

Агротуризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей сферы туризма в Беларуси. Ее развитие позволяет выгодно использовать сложившиеся тенденции на мировом туристическом рынке. Природные богатства, уникальное историко-культурное наследие, традиционный сельский образ жизни, экологически чистые продукты привлекают в республику многочисленных туристов из разных стран мира.

Таблица 1 – Показатели развития сферы агротуризма в Республике Беларусь

Показатели:	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Число субъектов агроэкотуризма, единиц	1 576	1 775	1 881	2 037	2 263	2 279	2 319	2 473
Численность туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, человек, в том числе граждан:								
Республики Беларусь	123435	184093	234532	276995	261335	271410	317500	379168
из других государств	21 416	38 473	37 184	41 847	32 946	30 374	33 628	43 132
Средняя продолжительность пребывания, дней	7	4	5	4	4	4	4	4
Сумма, полученная в оплату предоставленных услуг, млн руб	20,4	44,4	73,2	102,8	119,6	14,6	17,2	–

Исходя из данных о развитии агротуризма в Беларуси, представленных в таблице 1, видно, что с каждым годом количество агроусад увеличиваются. За 2018 год их количество увеличилось на 6,6% по сравнению с 2017 годом, а количество туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, на 20,3%, в

том числе: граждан Республики Беларусь на 19,4%, граждан других государств – на 28,3%. Средняя продолжительность пребывания туристов в агроусадебных хозяйствах составляет 4 дня. Таким образом, можно сделать вывод о том, что деятельность в сфере агротуризма с каждым годом развивается в лучшую сторону.

В числе обслуженных туристов наибольшую часть составляют граждане Республики Беларусь, за исследуемый период времени их доля неуклонно растет (с 57% в 2011 году до 88% в 2018). Доля иностранных граждан составила в 2018 году 11%.

Интерес со стороны иностранных граждан к отдыху в агроусадебных хозяйствах объясняется тем, что Беларусь богата природными ресурсами, делающими ее привлекательной: 20800 рек, 11000 озер, 36% территории – леса, 7% – национальные парки, благоприятные климатические условия, историко-культурные достопримечательности, при этом – множество деревень, в которых мало что изменилось с XIX века.

Одной из предпосылок для развития агротуризма в Беларуси является возможность отдыха в сельской местности с ее первозданной природной средой (велотуры, байдарочные походы, сбор лекарственных трав, грибов, ягод, рыбалка, охота). Ресурсную базу агротуризма составляет возможность знакомства с традиционным укладом жизни сельских жителей, народными ремеслами и промыслами, местными обычаями, фольклором. Несмотря на наличие всех необходимых предпосылок для развития сельского и экологического туризма, Беларусь заметно уступает Германии в плане их освоения.

Агротуризм в Германии является объектом значительного государственного внимания на всех уровнях власти. В основе такой политики лежат как экономические факторы, так и стремление максимально поддерживать культурную самобытность сельской местности.

Двадцать пять тысяч операторов в Германии предлагают сельский отдых. За год регистрируется 27 миллионов ночевков, а ежегодный оборот по размещению туристов в агроусадебных хозяйствах и оказанию им услуг оценивается в 1 миллиард евро [1]. При этом наиболее распространен фермерский туризм, предполагающий проживание в фермерском доме совместно с хозяевами, включая оказание помощи по хозяйству. Для немцев типичны следующие формы организации досуга: помощь хозяевам по хозяйству; уход за животными; проведение пикников; рыбалка. Агротуризм в Германии тесно связан с событийным туризмом. Народные праздники, ярмарки, фольклорные фестивали и многие другие событийные мероприятия становятся традиционным компонентом сельского отдыха.

В настоящее время в Германии существует огромный выбор загородного жилья: конные фермы, экологические усадьбы, сельские дома для велосипедистов, горнолыжников и молодоженов и многое другое. Агротуристам предлагают курсы вождения трактора, традиционные способы изготовления знаменитых солёных роголиков, основы здоровой кулинарии и органического возделывания земли, рыбалку, садоводство, созерцание и медитацию, конные прогулки, творческие конкурсы, пленэры, концерты, экскурсии, пикники и многое другое.

В Беларуси агротуризм начал развиваться относительно недавно, в то время как в Германии он существует уже почти 50 лет. Этим можно объяснить тот факт, что в Германии агроусадебных хозяйств на 25% больше, чем в Беларуси. В стране медленно осуществляется переход на принятые в международной практи-

ке стандарты качества туристских услуг и обслуживания туристов. Имеет место несоответствие цены и качества на услуги, предоставляемые агроусадьбами для иностранных туристов. В отличие от Беларуси – Германия давно перешла на международные стандарты качества туристических услуг и обслуживания туристов.

По итогам исследования портала Priceonomics Беларусь, оказалась на 12 месте в рейтинге наименее заполненных туристами стран (на одного туриста приходится 60 местных жителей) [2]. Это говорит о том, что Беларусь мало известна на мировом туристском рынке как государство, имеющее древнюю историю, богатую культуру, разнообразную природу. В стране недостаточно развита система маркетинга национального туристского продукта и его продвижения на мировом и внутреннем рынке. Отсутствует сотрудничество в этой сфере с зарубежными фирмами и международными туристскими организациями.

Для сравнения Германия считается одной из самых безопасных туристических стран в мире и находится на 7-м месте в десятке стран-лидеров по приему зарубежных туристов, а по валютным поступлениям в отрасли она занимает 6-е место в мире [3]. Наиболее часто Германию посещают туристы из США, Нидерландов, Италии и Соединенного Королевства. Согласно статистическим данным, 30% немцев предпочитают отдыхать внутри страны.

Таблица 2 – Показатели сравнения сферы агротуризма в Республике Беларусь и в Федеративной Республике Германия

Показатели сравнения	Республика Беларусь	Германия
Год основания	2002	1970
Количество агроусадоб	2 473	10 000
Средняя стоимость проживания, в сутки, €	13-17	15-40
Туризм, общий вклад в ВВП (доля, %)	6,2	10,7
Капиталовложения (млрд долл. США)	0,3	28,2
Туризм, прямой вклад в занятость (тыс.)	85,9	3 143,9

Согласно таблице 2 общий вклад туризма в ВВП Беларуси за 2017 год на 6,5% меньше, чем в Германии, а по численности прямой занятости в туристском секторе Беларусь заняла 99 место в мире (опередив Финляндию, Латвию, Эстонию), Германия находится на 7-м месте [3].

В настоящее время инфраструктура Беларуси имеет низкую оценку. Для обеспечения развития агроэкотуризма в Республике Беларусь в рамках реализации Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2016-2020 годы предусмотрено оказание финансовой поддержки субъектов агроэкотуризма за счет совместных средств республиканского бюджета и ОАО «Белагропромбанк». Субъектам, занимающимся оказанием услуг в сфере агроэкотуризма, предоставляется льготный кредит в размере не более 2000 базовых величин на срок до 5 лет с уплатой процентов в размере 5% годовых в безналичном расчете и только на реализацию проектов в сфере агроэкотуризма [4].

Таким образом, стимулирование развития агроэкотуризма в Республике Беларусь позволит повысить эффективность данной сферы, увеличить долю экспорта услуг на туристическом рынке, повысить приток иностранной валюты в страну. Развитие туристической деятельности будет способствовать решению таких важных вопросов, как занятость населения в сельской местности, восстановление и реставрация памятников культуры, архитектуры и природы, а также более рациональному использованию земельных ресурсов.

Список цитированных источников

1. Европейский агротуризм vs. белорусский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzedzich.org/2012/07/30/evropejskij-agroturizm-vs-beloruskij> – Дата доступа: 10.03.2019.
2. Рейтинг наименее заполненных туристами стран [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://priceconomics.com> – Дата доступа: 10.03.2019.
3. Туризм – мировая и региональная статистика, национальные данные, карты и рейтинги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/topics> – Дата доступа: 10.03.2019.
4. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь «Беларусь гостеприимная» на 2016-2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mst.by/ru/programma-razvitiya-turizma-ru> – Дата доступа: 10.03.2019.

УДК 338.48-53

Трофимович Р. А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Обуховская О. А.

АГРОТУРИЗМ КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ БРЕНД БЕЛАРУСИ

Целью настоящей работы является изучение перспектив формирования и развития туристского бренда в Республике Беларусь.

Брендом принято называть «имя продукта», которое хорошо известно потребителю, а положительные характеристики товара не подлежат сомнению. Наличие бренда дает стране конкурентное преимущество за счет узнаваемости, создавая дополнительную добавленную стоимость и более интенсивный сбыт [1]. Бренд и наше представление о стране складывается в первую очередь из того, что мы о ней слышим, читаем и знаем. Актуальность исследования туристического бренда обусловлена тем, что в современной туристической индустрии популярность не может быть обеспечена при отсутствии определенного бренда. В силу того, что туристические потоки в Республике Беларусь незначительны, нашей стране необходим бренд, способный привлечь внимание туристов.

Для изучения имиджа Беларуси нами был проведен опрос среди местных и иностранных граждан. Опрос включает вопросы, которые позволяют определить уровень осведомленности граждан об агротуризме. Аудиторию исследования составили 70% женщин и 30% мужчин. Из них 90% в возрасте от 18 до 25 лет.

В результате проведенного исследования по данным опроса можно сделать следующие выводы:

- Большая часть респондентов путешествует по Беларуси раз в 2-3 года, 21,3% делают это ежегодно, при этом несколько раз в год 13,8%. И только 15% опрошенных никогда не путешествовали по стране.
- 22,5% респондентов могут доверить организацию своего сельского отдыха туроператорам, 51,3% предпочли самостоятельно организовать свой отдых и 20% вообще не хотели бы отдохнуть в сельских условиях Беларуси. Из результатов опроса видно, что уровень спроса на сельский отдых довольно велик.
- Основываясь на ответах респондентов, можно утверждать, что среди тех, кто еще не посещал агроусадьбы с туристической целью, 65% хочет посетить Беларусь в качестве агротуриста. Этот высокий показатель говорит о том, что рынок потенциальных потребителей увеличивается и теоретически каждый второй человек хочет отдохнуть в агроусадьбе.