

факторов), розроблена на основі взаємозв'язу ризиків по рівням класифікації, що дозволяє розглядати ризик-ситуацію комплексно, формує основи для розробки методического апарату аналізу і оцінки ризиків і створює можливості для ефективного застосування відповідних методів і прийомів управління ризик-ситуаціями.

Розроблені методика оцінки рівня впливу ризиків на виробничу, комерційну і фінансову сферу діяльності організацій, і методика кількісної оцінки фінансово-економічних наслідків впливу господарських ризиків на результати діяльності організації. Їх застосування забезпечує диференційовану, комплексну і всебічну оцінку ризик-ситуації.

Розроблено комплекс практичних рекомендацій по управлінню організаціями в умовах неопределенності середовища їх діяльності, який оснований на пріоритеті заходів стратегічного характеру і комплексному методическому апараті кількісної оцінки ризик-ситуацій.

Список использованных источников

1. Альгин, А. Риск и его роль в общественной жизни / А. Альгин. - М.: Мысль, 1989. - 160 с.
2. Врублевский, В.М. Основы предпринимательской деятельности / В.М. Врублевский. - Гомель, 1993. - 286 с.
3. Догиль, Л.Ф. Хозяйственный риск и финансовая устойчивость предприятий АПК. Методологический и практический аспекты / Л.Ф. Догиль. - Минск: БГЭУ, 1999. - 239 с.
4. Рымкевич, В.В. Экономическая теория рисков / В.В. Рымкевич. - Минск: Бел. гос. экон. ун-т, 2001. - 208 с.

References

1. Al'gin, A. Risk i ego rol' v obshhestvennoj zhizni. - M. : Mysl', 1989. - 160 p.
2. Vrublevskij, V.M. Osnovy predprinimatel'skoj dejatel'nosti. - Gomel', 1993. - 286 p.
3. Dogil', L.F. Hozjajstvennyj risk i finansovaja ustojchivost' predpriyatij APK. Metodologicheskij i prakticheskij aspekty. - Minsk: BGJEU, 1999. - 239 p.
4. Rymkevich, V.V. Ekonomicheskaja teorija riskov. - Minsk: Bel. State ekon. university, 2001. - 208 p.

ДАНИ ПРО АВТОРА:

Измайлович Світлана Вікторівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів та галузевої економіки Полоцький державний університет, м. Новополоцьк, Республіка Білорусь
e-mail: dsd1095@yandex.ru

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ:

Измайлович Светлана Викторовна, к.э.н., доцент, доцент кафедры финансов и отраслевой экономики Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк, Республика Беларусь
e-mail: dsd1095@yandex.ru

INFORMATION ON THE AUTHOR

Svetlana Izmailovich, Ph.D. in Economic Sciences, Associate Professor
Polotsk State University, Novopolotsk, Belarus
e-mail: dsd1095@yandex.ru

УДК 330.112

МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ В БІЛОРУСІ ТА ФАКТОРИ, ЩО НА НЬОГО ВПЛИВАЮТЬ

Карпенко О.М.,
Карпенко В.М.,
Павлова Д.О.

Ключові слова: агротуризм, екологічний маршрут, агросадиба, очікувана тривалість життя при народженні, валовий внутрішній продукт на душу населення за ПКС, охоплення населення вищою освітою.

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ И ФАКТОРЫ ЕГО ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ

Карпенко Е.М.,
Карпенко В.М.,
Павлова Д.А.

Предметом исследования социально-экономические факторы определяющие развитие агротуризма.
Целью исследования является исследование влияния на перспективы развития агротуризма различных социально-экономических факторов.

Методами исследования, использованными в работе являются сравнение, группировка, корреляционно-регрессионный анализ, кластерный анализ, системный подход.

Результаты работы. В работе исследованы социально-экономические факторы, влияющие на развитие агротуризма в Беларуси; построены корреляционно-регрессионные модели; предложены направления усовершенствования социально-экономической политики государства с целью развития агротуризма.

Областью применения результатов исследования является социально-экономическая политика государства.

Выводы. Агротуризм в Республике Беларусь находится на этапе становления. Нормативная база слабая, экономическая образованность мелких игроков низкая, государственные инициативы часто не реализуются. Количество же игроков достаточно большое. Это не только мелкие агроусадьбы, но и большие туристические загородные комплексы, базы отдыха, историко-культурные объекты, загородные музеи, природоохранные учреждения. Большинство игроков в данном бизнесе играет каждый сам за себя. Тенденции к кооперации в туристические дестинации и кластеры только начинают появляться. На основе стохастического анализа была построена регрессионная модель, позволившая выявить, что на число агроусадьб влияют следующие факторы: потребление населением алкоголя, наличие у населения легковых автомобилей, количество абонентов сотовой связи.

Ключевые слова: агротуризм, экотуризм, экологический маршрут, агроусадьба, ожидаемая продолжительность жизни при рождении, валовой внутренний продукт на душу населения по ППС, охват населения высшим образованием.

THE POSSIBILITY OF AGROTOURISM DEVELOPMENT IN BELARUS AND DETERMINANT FACTORS

Karpenka E.M.,
Karpenka V.M.,
Pavlova D.A.

Research subject is the socio-economic factors determining the development of agritourism.

Research aim is to study the influence on prospects of development of agro-tourism in various socio-economic factors.

Research methods used are comparison, grouping, correlation and regression analysis, cluster analysis, system approach.

Research results. The paper studies the socio-economic factors influencing on the development of agritourism in Belarus; the correlation-regression models are built; the directions of improvement of socio-economic policy with the aim of agrotourism development are suggested.

Branch of applying research results is socio-economic policy of the country.

Conclusions. Agritourism in Belarus is in the formative stage. The regulatory framework is weak, economic education small players low, state initiatives are often not implemented. The number of players is large enough. It's not only the small farm and large country tourist complexes, recreation centers, historical and cultural sites, country museums, environmental agencies. Most of the players in this business is played every man for himself. Trends of cooperation in a tourist destination and clusters are just starting to appear. Based on the stochastic analysis was presented for a regression model which revealed that the number of homesteads affected by the following factors: the population's consumption of alcohol, possession of cars, the number of cellular subscribers.

Key words: Agritourism, ecotourism, cultural tourism, farmstead, expected duration of living at birth, gross domestic product per capita in PPP terms, coverage of population by high education.

Актуальность. Сельский (аграрный) туризм – путешествия граждан в сельскую местность с туристическими целями – завоевал свою нишу в туристическом бизнесе западных стран. Цели туристов могут быть как образовательными (ознакомление с достопримечательностями и культурным наследием региона, бытом местного населения, посещение музеев, предприятий, природоохранных территорий), так и просто отдых в сельской местности. Агротуризм, как сопутствующий сельскохозяйственному труду вид экономической деятельности, зародился в Европе около 30 лет назад, прежде всего, в связи с необходимостью оказания со стороны государства социальной поддержки отсталым регионам. В настоящее время в международной практике агротуризм выступает в качестве катализатора развития целого ряда направлений экономики и социальной сферы, вовлечённых в создание комплексного регионального туристского продукта. Эта отрасль хозяйствования способна дать толчок к более рентабельному использованию природных и историко-культурных ресурсов региона, поддержать становление малого и среднего бизнеса, поспособствовать диверсификации экономики сельскохозяйственных регионов. В развитых европейских странах сельский туризм по популярности занимает второе место после пляжного отдыха. Доход от агротуризма в Европе составляет около 20-30% от общего дохода туристической индустрии. Лидерами в области агротуризма являются Швейцария, Италия, Чехия [1].

Актуальность темы работы заключается в её новизне для Беларуси. Агротуризм в нашей стране находится ещё на этапе становления. Нормативная база слабая, экономическая образованность мелких игроков низкая, государственные инициативы часто остаются лишь на бумаге. Количество же игроков

достаточно большое. Это не только мелкие агроусадьбы, но и большие туристические загородные комплексы, базы отдыха, историко-культурные объекты, загородные музеи, природоохранные учреждения. Большинство игроков в данном бизнесе играет каждый сам за себя. Тенденции к кооперации в туристические дестинации и кластеры только начинают проникать в сознание белорусов. Хозяева усадеб часто ведут свой бизнес по наитию, не применяя никаких специальных маркетинговых шагов, используя предлагаемые ресурсы не в полной мере.

Постановка проблемы. Для Беларуси отрасль агроэкотуризма является относительно новым рынком сбыта туристических услуг. С 2003 г. существует Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне». В его состав входит более 700 человек. Это главным образом жители сельской местности Беларуси. Первым шагом развития агротуризма в Республике Беларусь стала лояльная политика государства в этом направлении: Указ Президента Республики Беларусь от 02. 06. 2006 г. № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь», освобождающий основателей агроусадоб от налогов, соответствующее Постановление Совмина, льготные кредиты «Белагропромбанка». Осуществлять деятельность в сфере агроэкотуризма может как частное лицо (фермер), индивидуальный предприниматель и как зарегистрированное предприятие. Согласно официальной информации, с момента принятия Указа №372 количество сельских усадеб постоянно увеличивается. За 10 лет (2006-2016 гг.) количество усадеб увеличилось с 34 до 2363. Эти цифры показывают, что конкуренция в области агроэкотуризма растёт. Для успешного бизнеса в данной сфере уже мало просто предложить ночлег, питание и элементарный досуг. Для успешного функционирования бизнеса необходимо комплексно использовать маркетинговый инструментарий, начиная от элементарного анкетирования с целью выявления предпочтений клиентов до проведения маркетинговых исследований с использованием SWOT-анализа, PEST-анализа и других методик. Также необходимо следить за европейскими тенденциями в данной сфере, использовать приёмы бенчмаркинга. Следует отметить одну важную особенность агротуризма. Здесь мы продаём не ночлег и еду, а удовлетворяем потребность клиентов в новых впечатлениях. На Западе уже давно к этому пришли и предлагают агродестинацию как комплексный маркетинговый продукт. Туриста вовлекают в интерактивное общение в приятной и удобной форме. В идеале, турист должен не только отдохнуть в деревне, но и узнать что-то новое, получить положительные эмоции и даже поучаствовать в игровой интерактивной анимации. Таким образом, маркетинг в сфере агротуризма - это маркетинг впечатлений. Суть такой концепции заключается в том, чтобы усилить эмоциональную связь туриста с дестинацией. Это достигается путём создания физических, интерактивных впечатлений. Мощный позитивный социально-психологический эффект от контакта с фермером, природой, деревенским бытом имеет ряд последствий: турист начинает больше ценить отдых в своей стране, пробуждается чувство гордости за свою страну, её историю и культуру. После такого отдыха туристы готовы покупать продукты фермерского хозяйства.

Политические факторы, влияющие на развитие агротуризма. Во-первых, это Указ Президента РБ N372 от 02.06.2006 «О мерах по развитию агротуризма в Республике Беларусь», которым регулируются бизнес-процессы в данной области [2]. За 10 лет этот документ устарел и сейчас правительство готовит изменения. В октябре 2016 года Министерство спорта и туризма разместило для обсуждения на своём сайте проект президентского указа по внесению изменений в законодательство об агроэкотуризме. В проекте прописано, что владельцам агроэкоусадоб могут запретить размещать одновременно больше 20 туристов. Но с оговоркой – ограничение по количеству гостей не будет распространяться на экскурсионные группы и участников событийных мероприятий. Еще одно изменение, которое предлагается принять, – запретить проводить в агроусадьбах свадьбы, юбилеи и ритуальные мероприятия. Чтобы оказывать такие услуги, придется открыть ИП либо уплачивать повышенный налог. Обновленный указ, как предлагается, должен заработать с 1 января 2019 года. У владельцев усадеб, как ожидается, будет переходный период почти в 2 года на приведение своей деятельности в соответствие с нормами указа. Таким образом, мы видим, что грядут изменения в законодательной базе, что непременно скажется на бюрократической процедуре регистрации бизнеса, изменится налогообложение.

Во-вторых, изменение визового режима. С 12 февраля 2017 г. граждане 80 стран могут посещать Беларусь без виз сроком до 5 дней. В этот перечень входят 39 стран Европы, включая весь Евросоюз, а также Бразилия, Индонезия, США, Япония и другие государства. Воспользоваться безвизовым въездом могут лишь туристы, прибывающие в Беларусь через Национальный аэропорт «Минск». Насколько это изменение поспособствует притоку туристов в страну, говорить ещё рано. Однако сам шаг по упрощению визового режима можно оценить положительно для туристической отрасли и для имиджа страны.

В-третьих, проект USAID «Местное предпринимательство и экономическое развитие», который был реализован ПРООН в 2012-2015 гг. В рамках проекта было отобрано 17 туристских дестинаций. При поддержке проекта и с помощью экспертов местные инициативные группы повысили квалификацию в области стратегического планирования и разработали стратегии развития экотуризма своих дестинаций. На данный момент проект завершён. На сайте ООН выложены результаты проекта и информация по всем 17 дестинациям Брестской и Гродненской области. Это богатый материал для изучения и бенчмаркинга [3].

Экономические факторы, влияющие на развитие агротуризма. Во-первых, это программа кредитования субъектов агроэкотуризма ОАО «Белагропромбанк». Действует с 2007 г. Реализация Программы

обеспечивается при тесном взаимодействии Банка с областными (районными) исполнительными комитетами и БОО «Отдых в деревне», представляющим интересы субъектов агроэкотуризма, на основе заключенных трехсторонних Соглашений о сотрудничестве. Реализация Соглашений в регионах осуществляется созданными рабочими группами, сформированными из представителей трех сторон – райисполкома, Банка и общественного объединения. Программа предусматривает выдачу кредитов субъектам агроэкотуризма (физическим лицам – хозяевам сельских усадеб и фермерским (крестьянским) хозяйствам) на цели, связанные с реализацией проектов в сфере развития агроэкотуризма, включая модернизацию, восстановление, реконструкцию сельских усадеб, приобретение товарно-материальных ценностей для осуществления строительства, реконструкции, ремонта, оплату услуг, работ, приобретение предметов бытового назначения, транспортных средств и т. д. Кредиты выдаются на срок до 7 лет, под 5% годовых, без залога, под поручительство. Сумма кредита может достигать 2000 базовых величин.

Во-вторых, проведение республиканского конкурса ОАО «Белагропромбанк» «Лучшая агроэкоусадьба года». ОАО «Белагропромбанк» проводит данный конкурс совместно с БОО «Отдых в деревне» и Министерством спорта и туризма Республики Беларусь. Конкурс проводится по итогам деятельности субъектов агроэкотуризма за год по следующим номинациям: «Лучший старт»; «Этнокомплекс»; «Белорусская национальная кухня»; «Экоусадьба года»; «Стиль и гармония»; «Сохранение национальных традиций»; «Спорт и туризм»; «Продвижение банковских инноваций в АЭТ» [4].

В-третьих, уменьшение доходов населения. Согласно данным статкомитета средняя зарплата белорусов в декабре 2014 г. была 619 долл., а в декабре 2016 г. снизилась до 408 долл. Это, с одной стороны говорит о том, что у людей стало меньше денег и, естественно, люди будут тратить меньше денег на отдых. С другой стороны, отказавшись от дорогого отдыха на море, люди задумываются о более бюджетном варианте отдыха внутри страны. Так на фоне падения доходов населения возрастает число потенциальных клиентов агроусадеб.

В-четвертых, ежегодный рост численности внутренних и иностранных туристов согласно официальной статистике. Из общего числа иностранных туристов на долю россиян приходилось 88,3% в 2015 г. [5]. Опрос, проведенный среди иностранных посетителей популярнейшего белорусского музея сельского быта «Дудutki», позволил выявить приоритеты в их отношении к достопримечательностям Беларуси. Интересы туристов можно расположить в следующей последовательности: красота сельских ландшафтов, природа; заповедники и заказники; традиции, обычаи, гостеприимство людей; памятники архитектуры и культуры; театры, в первую очередь балет; музеи, галереи, мастерские художников; развлечения.

В-пятых, рост конкуренции в сфере агроэкотуризма [6]. Согласно официальной информации, с момента принятия Указа №372 количество сельских усадеб постоянно увеличивается: 2006 г. – 34; 2009 г. – 474; 2011 г. – 1576; 2016 г. – 2363.

Они предоставляют самые разнообразные услуги для туристов. Часто усадьбы оформлены с национальным белорусским колоритом или в современном экостиле. Много сельских домиков для туристов находится на территории или вблизи национальных парков. Хозяева агроусадеб предлагают гостям различные варианты развлечений в соответствии со своей специализацией. Это может быть:

- спокойный отдых на своё усмотрение на природе;
- активный отдых (рыбалка и охота, катание на лодках, «зеленые» походы, командные игры, знакомство с белорусской кухней, экскурсии по местным достопримечательностям);
- семейный отдых (прогулки в лесу, сбор ягод и грибов, купание в озере, развлечения для детей и взрослых, еда из экологически чистых деревенских продуктов, изготовление сувениров);
- знакомство с уникальными белорусскими традициями и бытом сельских жителей.

Именно белорусский колорит – главная изюминка агроусадеб в национальном стиле, хозяева которых разрабатывают специальные культурные программы. Здесь можно услышать местные легенды и аутентичные песни, разучить белорусские танцы и принять участие в старинных народных обрядах, например, на Коляды, Масленицу или Купалье. Можно даже сыграть свадьбу в белорусских традициях.

В некоторых усадьбах можно поближе познакомиться с бытом белорусских сельчан и испробовать на себе старинные занятия. Хозяева могут предложить отправиться на сенокос ранним утром, накормить животных на домашнем подворье, проверить соты на пчелиной пасеке или испечь настоящий белорусский хлеб. И конечно, практически в любой агроусадьбе можно попариться в бане, где приготовлены ароматные веники и целебные травы и познакомитесь с народными рецептами ухода за собой. Ежегодно в третье воскресенье мая проходит День открытых дверей в белорусских усадьбах. По традиции, в этот день хозяева усадеб показывают желающим свои дома, рассказывают о предлагаемых услугах, достопримечательностях, готовят угощение. Многие участники акции разрабатывают особые программы с экскурсиями и эксклюзивными блюдами.

В-шестых, наличие крупных игроков (как государственных так и частных) на рынке загородного отдыха Беларуси. Они берут на себя большой процент туристов. Условно их можно разделить на следующие категории [7]:

1. Этнокультурные комплексы (Музей архитектуры и быта в д. Озерцо, Музейный комплекс старинных ремесел и технологий «Дудutki», Этнокультурный комплекс «Наносы-Новоселье», усадебно-парковый комплекс «Дукорскі маёнтак», парк-музей интерактивной истории «Сула», туристическая деревня «Белые луга»).

2. Загородные базы отдыха.
3. Государственные музеи и памятники истории.
4. Национальные парки, заповедники, охотничьи хозяйства.
5. Спортивные центры (Раубичи, Силичи, Якутские горы, Ратомка, Стайки).
6. Санаторно-курортные комплексы.

Социально-культурные факторы, влияющие на развитие агротуризма. Во-первых, с 2003 г. существует Белорусское общественное объединение «Отдых в деревне» [8]. В его состав входит более 700 человек. Это главным образом жители сельской местности Беларуси, которые хотят освоить новую профессию и организовать на своих усадьбах мини гостиницы типа «Bed&Breakfast». Основные направления деятельности:

- подготовка обучающих программ, проведение семинаров, тренингов;
- разработка стандартов для классификации усадеб, сертификация усадеб в соответствии со стандартом организации;
- продвижение туристического продукта «Отдых в белорусской деревне» на международном и внутреннем рынках;
- взаимодействие с другими организациями в области развития агроэкотуризма;
- совершенствование и разработка новых туристических продуктов.

Во-вторых, 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. Агроэкотуризм в Беларуси становится все более востребованным. Сегодня хозяева агроусадеб, фермеры, ремесленники, представители турбизнеса, региональные отделы по туризму, БРОО «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.

Примерами 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 агроэкотуризма Гомельщины», разработанный в 2006 г. 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 [9].

В-третьих, рост интереса к внутреннему туризму. Много памятников отреставрировано и включено в туристическую инфраструктуру. Туроператоры предлагают большое количество экскурсионных маршрутов. БОО «Отдых в деревне» вместе с германским Грайфсвальдским университетом провела в 2013 г. социальное исследование. На обработку данных в Германию было отправлено 863 анкеты со всей Беларуси. Больше половины опрошенных на отдыхе хотят просто тишины и спокойствия. Среди развлечений наиболее востребованы прогулки пешком, на велосипедах, возможность поплавать. Кроме того, для туристов очень важно наличие сауны и бани. Возрастает спрос на услуги оздоровления и спа-процедуры. Многие из опрошенных хотели бы во время отдыха побывать на фестивалях и праздниках. Неоднозначное мнение у исследователей вызвало то, что около 200 респондентов считают, что фестивали и праздники, которые проходят у них в области, неинтересны. Заинтересованы туристы в географической доступности усадьбы. 589 из опрошенных особенно подчеркнули важность «красивого места». Сельский дизайн, на взгляд респондентов, должен сочетаться с гигиеническими удобствами, чистотой усадьбы. Отмечена и значимость гостеприимства хозяев.

В-четвертых, мода на национальный компонент. Причём это не только оформление усадьбы в национальном стиле и белорусская кухня. Гостям зачастую предлагают целую развлекательную программу, основанную 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-пятых, мода на ЗОЖ и экопродукты. 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 минчан. 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.

В-шестых, мода на проведение корпоративных и семейных мероприятий за городом. Это могут быть свадьбы в разных стилях с выездной регистрацией брака, поминальные мероприятия, различные корпоративные празднования.

В-седьмых, урбанизация населения. 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 экологоориентированных 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.

Технологические факторы, влияющие на развитие агротуризма. Во-первых, распространение интернета. Вся Беларусь покрыта сетью Интернет, и белорусы активно пользуются этим ресурсом. В интернете работают специализированные сайты-каталоги, где можно выбрать и заказать усадьбу для отдыха в любом регионе страны (usadby.by, holiday.by, belkraj.by, traveling.by, trofei.by, hutor.by, agro-usadba.by, vusadbe.by, kotteji.by). Молодое поколение активно использует социальные сети. Этот факт даёт возможность активно продвигать свой продукт посредством интернета, контактировать с клиентами, реагировать на запросы.

Во-вторых, рост мобильности населения в связи с увеличением количества автомобилей. По данным Белстата, на 1 января 2016 г. в Республике Беларусь было зарегистрировано 2920,2 тыс. легковых автомобилей, что на 93 тыс. больше, чем по состоянию на 1 января 2015 г. Если в 2000-м году на тысячу белорусов приходилось всего 139 автомобилей, в 2005-м их было уже 180, в 2010-м – 264, а в 2015-м – 307 [5]. Для сельского туризма это немаловажный фактор, так как зачастую добраться до усадьбы на общественном транспорте не представляется возможным.

В-третьих, наличие городского бытового комфорта в деревне (плита, электроприборы, отопление, санузел, телевизор). Городской житель, приезжая в деревню, оказывается не всегда готовым погрузиться в простой деревенский быт. Городской комфорт стал неотъемлемой частью нашей жизни и от него люди не готовы отказываться, даже выезжая за город.

В-четвертых, наличие средств коммуникации в деревне (Интернет, телефон). Быть всегда на связи, иметь доступ к информации – это неотъемлемая часть жизни современного человека.

Анализ влияния социально-экономических показателей на количество агроусадоб в Беларуси. Проведём стохастический анализ показателей, влияющих на количество агроусадоб в Беларуси. Фрагмент исходных данных для анализа приведён в таблице 1 [5].

Таблица 1. Фрагмент исходных данных

Год	AGRO	LIFE	ALCG	CAR	EDU	USD	MBPH
Республика Беларусь							
2016	2548,00	70,00	5,00	3148,56	0,75	19585	1429,00
2010	1247,00	64,60	7,50	2501,20	1,46	3000	1090,00
...
2002	2,00	62,30	10,20	1563,53	2,09	1920	128,00
Минская область							
2015	597,00	67,60	5,03	433,65	0,79	18569	48,00
2010	329,00	62,90	7,50	373,84	1,46	3000	49,00
...
2004	4,00	61,70	9,80	264,02	1,90	2170	52,00

Примечание: AGRO – количество агроусадоб; LIFE – продолжительность жизни мужчин, лет; ALCG – потребление алкоголя, в % к потребительским расходам; CAR – наличие легковых автомобилей в личной собственности граждан, тыс. шт.; EDU – расходы на высшее образование, в % к потребительским расходам; USD – курс USD; MBPH – количество абонентов сотовой связи на 100 человек населения, ед.

На основе стохастического анализа с помощью пакета анализа EViews была построена регрессионная модель следующего вида:

$$Agro = 1481,46 - 0,45 * CAR - 72,9 * ALCG + 1,87 * Mbph + 176,65 * Life + 0,03 * USD, \quad (1)$$

(t) (2,57) (3,19) (4,26) (10,04) (1,6)

Коэффициент детерминации составил 94,09%, т.е. модель адекватна.

Выводы: на число агроусадеб влияют следующие факторы: потребление населением алкоголя, наличие у населения легковых автомобилей, количество абонентов сотовой связи. Чем меньше люди тратят деньги на алкоголь – тем больше посещают агроусадеб, чем больше в их владении автомобилей и устройств связи – тем также больше они посещают агроусадеб. Также можно заметить, чем больше пожилых мужчин – тем больше агроусадеб, также рост курса USD увеличивает их количество, причем эти факторы влияют на рассматриваемый показатель в наименьшей степени. Остальные факторы не оказывают никакого влияния на число агроусадеб.

Список использованных источников

1. Костин К.Б. Использование маркетингового инструментария для продвижения развития агротуризма. //Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета № 4 (88) / 2014 [Электронный ресурс] – 2014 – Режим доступа <http://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-marketingovogo-instrumentariya-dlya-prodvizheniya-i-razvitiya-agroturizma> – Дата доступа: 10.01.2017
2. Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. №372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» [Электронный ресурс] – 2008 – Режим доступа <http://laws.newsby.org/documents/ukazp/pos01/ukaz01380.htm> – Дата доступа: 20.11.2016
3. Местное предпринимательство и экономическое развитие //Программа развития Организации Объединенных Наций. Беларусь. [Электронный ресурс]. – 2015 – Режим доступа: http://www.by.undp.org/content/belarus/ru/home/operations/projects/poverty_reduction/LEED/ – Дата доступа: 20.01.2017
4. Программа поддержки агроэкотуризма //Белаагропромбанк [Электронный ресурс]. – 2017 – Режим доступа <http://www.belapb.by/about/agrotourism/> - Дата доступа: 10.01.2017
5. Официальная статистика //Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016 – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа: 10.12.2016
6. Сайт БОО «Отдых в деревне». Режим доступа <http://www.ruralbelarus.by/> – Дата доступа: 01.12.2016
7. Калейник и др. Лучшее в Беларуси: туристический путеводитель. Минск, 2016
8. Сайт БОО «Отдых в деревне». Режим доступа <http://www.ruralbelarus.by/> – Дата доступа: 01.12.2016
9. Тарасенок А.И и др. Бизнес в агро- и экотуризме: пособие. Минск, 2014

References

1. Kostin K.B. Use of marketing tools to promote the development of agro-tourism. // Proceedings of the St. Petersburg State Economic University № 4 (88) / 2014 : <http://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-marketingovogo-instrumentariya-dlya-prodvizheniya-i-Development-agrotourism>
2. Decree of the President of the Republic of Belarus of June 2, 2006 №372 : <http://laws.newsby.org/documents/ukazp/pos01/ukaz01380.htm>
3. Local Entrepreneurship and Economic Development // United Nations Development Program. Belarus. - 2015 : http://www.by.undp.org/content/belarus/ru/home/operations/projects/poverty_reduction/LEED/
4. Program of support of agroecotourism // Belagroprombank. 2017 : <http://www.belapb.by/about/agrotourism/>
5. Official statistics // National Statistical Committee of the Republic of Belarus. 2016 : <http://www.belstat.gov.by/>
6. The site of the BOO «Rest in the village.» : <http://www.ruralbelarus.by/>
7. Kaleinik M.B. The best in Belarus: tourist guide. Minsk, 2016
8. The site of the BOO «Rest in the village.» : <http://www.ruralbelarus.by/>
9. Tarasenk AI, etc. Business in agro- and ecotourism: allowance. Minsk, 2014

ДАНИ ПРО АВТОРІВ

Карпенко Олена Михайлівна, доктор економічних наук, професор кафедри міжнародного менеджменту Білоруський державний університет

пр. Незалежності 4, м. Мінськ, 220050, Білорусь

Карпенко Валерій Михайлович, кандидат технічних наук, доцент кафедри економіки та організації підприємств АПК

Білоруський державний аграрний технічний університет

пр. Незалежності 99, м. Мінськ, 220048, Білорусь

Паулава Дар'я Олексіївна, студент

Білоруський державний університет

пр. Незалежності 4, м. Мінськ, 220050, Білорусь

e-mail: emkarpenko@mail.ru

ДАНИЕ ОБ АВТОРАХ

Карпенко Елена Михайловна, доктор экономических наук, профессор кафедры международного менеджмента

Белорусский государственный университет

пр. Независимости 4, г. Минск, 220050, Беларусь

Карпенко Валерий Михайлович, кандидат технических наук, доцент кафедры экономики и организации предприятий АПК

Белорусский государственный аграрный технический университет
пр. Независимости 99, г. Минск, 220048, Беларусь

Павлова Дарья Алексеевна, студент
Белорусский государственный университет
пр. Независимости 4, г. Минск, 220050, Беларусь
e-mail: emkarpenko@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Karpenko Elena, PhD, Professor of International Management
Belarusian State University
pr. Nezavisimosti 4, Minsk, 220050, Belarus

Karpenko Valery, PhD, assistant professor of economics and organization of agricultural enterprises
Belarusian State Agrarian Technical University
pr. Nezavisimosti 99, Minsk, 220048, Belarus

Pavlova Darya, student
Belarusian State University
pr. Nezavisimosti 4, Minsk, 220050, Belarus
e-mail: emkarpenko@mail.ru

УДК 338.486.5 [476]

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОГНОЗУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: ДОСВІД РЕСПУБЛІКИ БІЛОРУСЬ

Корсак М.М.,
Сурдо А.П.

Ключові слова: соціально-економічний розвиток, довгострокове прогнозування, методи прогнозування, екстраполяція, експертна оцінка, Форсайт, експертні панелі, метод Дельфі, SWOT-аналіз, мозковий штурм, побудова сценаріїв, технологічні дорожні карти.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: ОПЫТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Корсак М.М.,
Сурдо А.П.

В статье рассматриваются современное состояние, проблемы и методы прогнозирования социально-экономического развития Республики Беларусь и предлагаются основные направления его совершенствования, что и составляет **предмет исследования**.

С учетом новой стадии экономического развития Республики Беларусь, основанной на реализации инновационной политики, особую актуальность в Республике Беларусь приобретают исследования по проблеме учета процессов создания, освоения и использования инноваций при долгосрочном прогнозировании социально-экономического развития.

Цель статьи: заключается в разработке основных направлений исследований и прикладных разработок по совершенствованию долгосрочного прогнозирования социально-экономического развития.

Для достижения указанной цели применялись следующие **методы исследования:** абстрактно-логический, анализ и синтез, индукция и дедукция, сравнение, обоснование, обобщение, оценивание, системный и комплексный подходы.

Результаты работы: Обоснована необходимость внедрения в практику долгосрочного прогнозирования социально-экономического развития нового инструмента – Форсайта, который предполагает повышение инновационной активности и конкурентоспособности предприятий Беларуси. Методология Форсайт включает в себя десятки традиционных и достаточно новых экспертных методов. При этом происходит их постоянное совершенствование, отработка приёмов и процедур, что обеспечивает повышение обоснованности предвидения перспектив научно-технического и социально-экономического развития. Чтобы учесть все возможные варианты привлекается, как правило, значительное число экспертов. Обычно в каждом из Форсайт-проектов применяется комбинация различных методов, в числе которых метод Дельфи, SWOT-анализ, мозговой штурм, построение сценариев, технологические дорожные карты, формирование экспертных панелей и дерева релевантности. При этом в Форсайте нет единственно правильного метода, так как его необходимо каждый раз адаптировать к определенным условиям, в контексте которых он выполняется. Установлена прямая зависимость успешности Форсайт-проекта от