

Мечковская Ольга Александровна,
кандидат географических наук, доцент

Гжельский государственный университет,
п. Электроизолятор, Российская
Федерация, e-mail: olmech@mail.ru

ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА АГРОЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Цель. Актуальность изучения особенностей агроэкологического туризма Республики Беларусь обусловлена высокой динамикой развития этого вида туризма на мировом туристском рынке, включая страны Центральной и Восточной Европы. Одним из приоритетных направлений развития туризма в Республике Беларусь, оказывающего влияние на территориальную структуру хозяйства и формирование туристского спроса, является агроэкологический туризм. Очевидным является то, что в стране с 1990-х гг. происходит формирование национальной модели агроэкологического туризма, способной повысить конкурентоспособность национального туристского продукта. Целью настоящей статьи, определяющей ее научную новизну, является обоснование структуры факторов производства туристского продукта Республики Беларусь как пространственной основы формирования и развития национальной модели агроэкологического туризма.

Методика исследования базируется на использовании модели территориальной рекреационной системы, позволяющей применить комплексный экономико-географический подход к выявлению факторов производства туристского продукта. Экономико-географический анализ факторов производства агроэкологического туристского продукта основан на применении совокупности методов сравнительно-географического, пространственно-функционального анализа с применением маркетингового анализа факторов внешней и внутренней среды туристского рынка. Для обоснования структуры экзогенных и эндогенных факторов производства агроэкологического туристского продукта применяется также метод PESTLE анализа.

Результаты. Комплексный подход к изучению факторов производства туристского продукта позволил: 1. Выявить особенности формирования и развития национальной модели агроэкологического туризма в Республике Беларусь. 2. Выделить проблемы и определить перспективные направления развития агроэкологического туризма в Республике Беларусь.

Практическая значимость исследования заключается в обосновании приоритетных направлений повышения конкурентоспособности национального агроэкологического туристского продукта Республики Беларусь с учетом комплексного влияния совокупности внутренних и внешних факторов производства туристского продукта.

Ключевые слова: агроэкологический туризм, сельский туризм, экологический туризм, территориальная рекреационная система, агротуристский продукт, охраняемые природные территории.

Mechkovskaya Olga Aleksandrovna,
Candidate of Geography Sciences, Associate
Professor

Gzhel State University, s. Electroizolyator,
Russia, e-mail: olmech@mail.ru

FACTORS OF PRODUCTION AGROECOLOGICAL TOURISM PRODUCT OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Purpose. The relevance of studying features of agro-ecological tourism of the Republic of Belarus due to high dynamics of development of this type of tourism in the world tourist market, including the countries of Central and Eastern Europe. One of the priority directions of development of tourism in the Republic of Belarus, which impact on the territorial structure economy and formation of the tourist demand is the agroecological tourism. It is evident that in the country with the 1990-ies. is the formation of a national model of rural tourism, able to increase the competitiveness of the national tourist product. The purpose of this article, defining its scientific novelty, is the rationale for the structure of the production factors of tourism product of the Republic of Belarus as the spatial framework for the formation and development of a national model of rural tourism.

Methods. Research methodology is based on the use of models of territorial recreational system to apply integrated economic-geographical approach to the identification of the production factors of tourism product. Economic-geographical analysis of the factors of production agroecological tourism product based on the application of the aggregate methods comparative geographical, spatial and functional analysis with application of marketing analysis external and internal factors Wednesday tourist market. To justify the structure of exogenous and endogenous factors of production agroecological tourism product PESTLE analysis method is also applied.

Results. An integrated approach to the study of the factors of production of a tourist product has allowed to reveal the peculiarities of formation and development of a national model of agroecotourism in the Republic of Belarus, highlight the problems and determine perspective directions of development of agroecotourism in the Republic of Belarus.

The practical significance of the study lies in the justification of priority directions for increasing the competitiveness of the national agro-ecological tourism product of the Republic of Belarus in the light of complex influence of aggregate internal and external factors of tourism product.

Keywords: agroecotourism, rural tourism, eco-tourism, territorial recreational system, agrotourist product, protected nature areas.

Постановка проблемы. Агроэкологический туризм является важнейшей частью национального туристского продукта Республики Беларусь. Приоритет этого вида туризма закреплен на законодательном уровне и отражен в государственной программе развития туризма Республики Беларусь на 2016-2020 гг. Поэтому особую практическую значимость приобретают исследования в области конкурентоспособности агроэкологического туризма страны.

Анализ последних исследований и публикаций и выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Вопросами развития агроэкологического туризма в Республике Беларусь активно занимаются отечественные географы. Так, в работе Пирожника И.И. «Rozwój usług agroturystycznych na rynku turystycznym Białorusi» (2015) проведен пространственно-функциональный анализ развития агроэкотуризма Республики Беларусь, выявлены территориальные различия, раскрыто экономическое значение агроэкологического туризма. В пособии Клицуновой В.А. «Агроэкотуризм» (2014) изучен зарубежный опыт развития сельского туризма и раскрыты особенности организации этого вида туризма в Республике Беларусь. Таким образом, различные аспекты развития и организации агроэкологического туризма в Республике

Беларусь, а также проведенные автором (Мечковская, 2011, 2015) исследования территориальной организации специальных видов туризма (фольклорно-этнографического, экологического) позволяют провести комплексный экономико-географический анализ в области систематизации структуры внешних и внутренних факторов производства агроэкологического туристского продукта Республики Беларусь, обеспечивающих его конкурентоспособность на мировом рынке туристских услуг. В основу исследования положена модель территориальной рекреационной системы, а также концепция устойчивого развития, в том числе концепция развития альтернативного туризма, получившая широкое распространение в 1990-х гг. за рубежом (Marin Vachvarov, 1999), позволившие подойти к анализу развития агроэкологического туризма как системного явления.

Формулировка целей статьи. Целью настоящей статьи является обоснование структуры факторов производства туристского продукта Республики Беларусь как пространственной основы формирования и развития национальной модели агроэкотуризма. Основные задачи:

1. На основе оценки внешних и внутренних факторов производства туристского продукта выявить особенности формирования и развития национальной модели агроэкотуризма в Республике Беларусь.

2. Выделить проблемы и определить перспективные направления развития агроэкотуризма в Республике Беларусь.

Изложение основного материала. Агроэкологический туризм (АТ) в многочисленных работах понимается как синоним сельского туризма – туризма в сельской местности. Сельский туризм – один из динамично развивающихся видов альтернативного туризма, появление которого было связано с принятием в начале 1990-х гг. концепции устойчивого развития. Принимая во внимание различные подходы к определению этого вида туризма, можно определить основные его преимущества, позволившие обеспечить конкурентоспособность на мировом туристском рынке и высокую динамику развития. Альтернативный туризм:

- повышает конкурентоспособность страны на туристском рынке за счет активизации использования рекреационных ресурсов, создания полифункциональных туристских центров, насыщенных дополнительными элементами туристской аттрактивности;

- дает возможность находить и принимать новые решения в туристском развитии, которые отличаются от принятых стандартов массового туризма (например, создание туристского продукта на основе кластерного подхода);

- рассматривается как противоположность разрушающему природу массовому туризму за счет активизации процесса расширения фонда охраняемых природных территорий, ответственного отношения туристов к проблемам окружающей среды;

- предполагает развитие новых направлений туризма, связанных с тесным контактом с местным населением, способствует уважению их культуры, религии, обрядов и традиций;

- предполагает участие местного населения в получении дохода от туризма, тем самым обеспечивая повышения уровня экономического развития регионов;

- может быть быстро развит, так как использует общественный транспорт и простые условия проживания; качество сервиса и его цены обычно значительно ниже, чем при обычном туризме, большую роль играет также самообслуживание;

- способствует активному развитию внутреннего и въездного туризма, что усиливает положительное влияние туризма на национальную экономику и платежный баланс [1, с. 7-9].

Сельский туризм набирает популярность не только в Европе, но и в США, в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (Австралии, Японии). В Европе насчитывается около 190 тыс. объектов сельского туризма и практически каждый четвертый турист – городской житель среднего достатка, проводит отпуск в сельской местности. Странами-лидерами являются Италия и Польша, в каждой из которых насчитывается более 20 тыс. агроусадб. Мировая статистика говорит о 100 млн. ежегодных туристских посещениях сельской местности. Таким образом, популярность данного вида туризма в мировом масштабе очевидна.

Классическая модель сельского туризма предполагает, что его организацией занимаются фермеры или члены их семей, извлекающие из этого дополнительный доход, но не меняющие при этом своего производственного профиля. Главная особенность заключается в том, что туристу предлагается проживание в сельской местности и знакомство с жизнью и бытом местного населения. Туристы при этом могут принять участие в традиционном сельском труде, а также в местных праздниках и фестивалях народной культуры.

Тем не менее, АТ наделен чертами не только сельского, но и экологического туризма. Действительно, в практике развития туризма во многих странах экотуризм и агротуризм – взаимодополняющие понятия. Учитывая это, можно дать расширенную трактовку понятию «агроэкотуризм» и представить его как ответственное путешествие в сельской местности с сохранением природной среды, историко-культурных ценностей и поддержанием благосостояния местных жителей [2, с. 14-15]. При таком подходе в качестве ключевых объектов развития АТ можно рассматривать также природные охраняемые территории.

В Республике Беларусь на законодательном уровне закреплено понятие «агроэкотуризм», согласно которому можно выделить некоторые его особенности. Так, субъектами агроэкотуризма являются лица, постоянно проживающие в сельской местности, малых городских поселениях и ведущие личное подсобное хозяйство, а также сельскохозяйственные организации. Одной из особенностей является

активное использование рекреационных ресурсов для удовлетворения услуг агроэкотуристов, поскольку местные жители ведут сельскохозяйственную деятельность. Наконец, агроэкотуризм рассматривается как особый вид деятельности (не относящейся к предпринимательской) в сельской местности, связанный с предоставлением комплекса разнообразных услуг (проживание, питание, как правило, с использованием продукции собственного производства, экскурсии, занятия спортом, ознакомление с национальными традициями и др.). Сопутствующим является продажа товаров (блюд и напитков, сувениров и традиционных предметов быта). Указом Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» установлено также требование к количеству жилых комнат для размещения агроэкотуристов, которое не должно превышать десяти.

Таким образом, современная модель АТ страны вмещает в себя все многообразие сельского и экологического туризма, которую можно представить как особую территориальную рекреационную систему, состоящую из взаимосвязанных подсистем, формирующих рыночные отношения, которые складываются между производителями и потребителями туристского продукта. Важнейшим элементом территориальной системы АТ выступают потребители, генерирующие спрос на туристский продукт на конкретной территории. Основу туристского предложения формируют факторы производства туристского продукта (ресурсы территории), выступающие ключевыми элементами территориальной системы АТ:

1. Рекреационные ресурсы АТ.
2. Материальные ресурсы – инфраструктура АТ.
3. Трудовые ресурсы: обслуживающий и управленческий персонал.

Таким образом, территориальная система АТ представляет собой совокупность различных компонентов рыночной среды, которые вступают в экономические отношения на определенной территории, формируя, таким образом, особую рекреационно-туристскую среду.

В разрезе ключевых элементов территориальной рекреационной системы выявим особенности влияния факторов производства туристского продукта на формирование модели АТ Республики Беларусь.

Анализ *потребительского спроса* показывает, что АТ является одним из динамично развивающихся и конкурентоспособных в Республике Беларусь. В 2016 г. Беларусь победила в номинации "Агротуризм" рейтинга National Geographic Traveler Awards. За Беларусь было отдано 24 % голосов. На втором месте в рейтинге лучших для агротуризма стран расположилась Италия (22 %), на третьем оказалась Франция (20 %). Россия набрала в этой номинации 18 %, Грузия – 9 %. Спрос на АТ Беларуси за период 2010-2014 гг. увеличился почти в 2,5 раза при среднегодовых темпах роста 28,7 %. С 2015 г. отмечается незначительное уменьшение числа агротуристов, тем не менее ежегодно агроусадьбы

Беларуси посещают около 300 тыс. человек. Значительный объем обслуживания (88,2 %) в настоящее время обеспечивается за счет удовлетворения внутреннего спроса. Следует отметить, что в 2010 году этот показатель составлял более 90 %. Таким образом, за последние пять лет возросла привлекательность АТ Республики Беларусь для иностранных туристов. Основным сегмент потребителей агротуристского продукта страны среди иностранных туристов образуют страны-соседи. Традиционно высока доля российского рынка: около 80 %. Далее следуют Украина (0,3 %), Польша (0,26 %). Доля Латвии и Литвы в географической структуре туристских прибытий не превышает 0,2 %. В 2016 году по сравнению с предыдущим годом в 3 раза увеличилось количество агротуристов из Китая, который занял 5 место в структуре агротуристского рынка Беларуси

Таким образом, на рынке АТ Беларуси наблюдается выделение двух фокус-групп потребителей: местного населения и туристов из России. Приоритетными целевыми рынками потребительского спроса на услуги АТ Беларуси являются страны-соседи, а также страны дальнего зарубежья, доля которых в общей структуре туристского обслуживания пока незначительна. При разработке маркетинговой политики по продвижению агроэкологического туристского продукта Беларуси на внешние рынки следует учитывать, что западные страны-соседи – это территории с развитой функцией агротуризма, прошедшие сертификацию по европейским стандартам. Современные тенденции потребительского спроса показывают возрастание интереса к посещению природных территорий, удаленных от центров урбанизации, сохранивших традиционный уклад жизни местного населения. Такое «погружение» в местную среду возможно в тех странах, которые, во-первых, сохранили в нетронутом состоянии природную среду, мало преобразованную антропогенной деятельностью; во-вторых, несмотря на процессы глобализации, смогли сохранить традиционную культуру, обычаи и традиции. Республика Беларусь с этой точки зрения обладает конкурентными преимуществами по сравнению со многими зарубежными странами с развитой функцией агротуризма. Другим важнейшим фактором, генерирующим спрос на агротуристский продукт, является растущая мобильность общества и относительная дешевизна отдыха в сельской местности, что особенно значимо в периоды экономических кризисов. Потребность в образовании и повышении уровня информированности, интереса к местным культурам – еще один мотив развития сельского туризма, определяющего мировой тренд. Наконец, итоги проведения последних международных туристских выставок (например, ITB в Берлине в 2015 г.) свидетельствуют о возросших потребностях туристов к индивидуальным, аутентичным путешествиям. Многие туристы предпочитают останавливаться в небольших и комфортабельных средствах размещения, в которых господствует семейная атмосфера.

Рекреационные ресурсы выступают важнейшим фактором производства агротуристского продукта Республики Беларусь. Сельская природа (сельские ландшафты в сочетании с реками, озерами, лесами) и охраняемые природные территории (ОПТ) – необходимые компоненты природно-рекреационных ресурсов для развития АТ. Требования к климатическим ресурсам сельского туризма значительно отличаются от тех, которые предъявляются для организации других видов зимнего и летнего туризма, развитие которых на международном уровне в Республике Беларусь невозможно. Так, для развития АТ продолжительность благоприятного климатического периода не ограничена зимой числом дней с устойчивым снежным покровом, скоростью ветра, а летом – температурами воздуха и воды, влажностью и количеством осадков. Гораздо более существенную роль играет аттрактивность природной среды. Сельские ландшафты Беларуси расположены в пределах природно-территориальных комплексов (ПТК) двух типов: Поозерного равнинно-лесного (на севере) и равнинного либо холмистого лесо-лугового (в центральной части и на юге). Высокая эстетическая привлекательность первого заключается в наличии озерных групп в сочетании с холмистым мелкоконтурным рельефом. Уникальность Поозерного ПТК предопределяется рядом факторов: ограниченным распространением, значительной степенью сохранности естественной растительности, наличием редких форм рельефа, геологических отложений, живописных озер, мест обитания исчезающих видов флоры и фауны. Здесь распространены крупные фрагменты таких уникальных ПТК как камово-моренно-озерные, водно-ледниковые с озерами, болотные. Площадь ландшафтов Поозерного ПТК - примерно 20 % территории Беларуси. Гораздо более распространенным на территории Беларуси является равнинный либо холмистый лесо-луговой ПТК, который в сочетании с руслами рек, отдельными озерами или водохранилищами также является достаточно привлекательным для развития АТ. На юге страны широко представлены пойменные ландшафты с их своеобразным гравистым рельефом, старичными озерами, уникальным сочетанием лесных, луговых и болотных формаций. В этом же регионе есть места скопления исчезающих видов птиц при перелетах [4, с. 13].

Культурно-исторические рекреационные ресурсы также выступают важнейшим фактором производства агроэкологического продукта. Памятники архитектуры, археологии и истории включаются в качестве объектов экскурсионного показа для туристов, отдыхающих в сельской местности. Для диверсификации туристского предложения и повышения степени потребительской удовлетворенности особенно значительна роль фольклорно-этнографических ресурсов. В Беларуси выделяются шесть фольклорно-этнографических регионов (Поозерье, Поднепровье, Понеманье, Центральная Беларусь, Восточное и Западное Полесье), различающихся особенностями этнической истории, природно-географическими условиями, хозяйственно-бытовым укладом,

организацией жилой среды, народной одежды, местной топонимикой, народным говором, различными видами и жанрами фольклора. Фольклорно-этнографический потенциал страны насчитывает около 500 центров с разной степенью аттрактивности, представленных объектами материальной и духовной культуры. Это музеи (историко-этнографические, краеведческие, народной архитектуры и быта, народного творчества), дома ремесел, школы народного творчества, фабрики художественных изделий, памятники народного зодчества, ярмарки народного творчества, фольклорные коллективы, фестивали народного творчества. В структуре потенциала преобладают объекты материальной культуры, среди которых выделяются памятники народного зодчества (38 %). Это памятники монументальной архитектуры, в основном деревянные, но встречаются и каменные постройки, в основном, культовые, общественные сооружения, усадебные дома. Фольклорную специфику регионов раскрывают различные фольклорные коллективы, занимающие второе место в структуре фольклорно-этнографического потенциала (29 %). По числу культурных фольклорно-этнографических центров лидируют западные регионы Беларуси (Понеманье, Западное Полесье) [5, с. 111-115].

Объекты *инфраструктуры* формируют пространственный базис АТ. Основными являются агроусадьбы, агротуристские комплексы, сельскохозяйственные тематические парки, экомuzeи, музеи сельской культуры и быта, объекты сельхозпредприятий и др. Дополнительными - фольклорно-этнографические центры, ОПТ.

Табл. 1

Динамика развития агроэкотуризма в Республике Беларусь [3]

год	Число субъектов агроэкотуризма	Среднегодовые темпы роста числа субъектов агроэкотуризма, % к предыдущему году	Число туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, тыс. чел.	Среднегодовые темпы роста числа туристов, обслуженных субъектами агроэкотуризма, % к предыдущему году
2007	188	-	-	-
2008	474	152,1	39,1	-
2009	927	95,6	70,0	79,0
2010	1247	34,5	119,2	70,2
2011	1576	26,4	144,9	21,6
2012	1775	12,6	222,6	53,6
2013	1881	6,0	271,7	22,1
2014	2037	8,3	318,8	17,3
2015	2263	11,1	294,3	-7,5
2016	2279	0,7	301,8	2,6

АТ в Беларуси начал развиваться с 1990-х гг., но динамичное развитие получил с середины 2000-х гг., чему способствовал Указ

Президента Республики Беларусь «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь», который предоставил налоговые и кредитные льготы, упрощенные методы бухгалтерского учета субъектам АТ. До принятия этого закона в 2006 г., количество агроусадеб в стране составляло 34, а уже через год возросло в 5,5 раз. Начиная с 2007 г. по настоящее время, АТ демонстрирует высокие темпы роста (табл.1) при незначительном снижении показателей объема обслуженных агротуристов с 2015 г. Так, в настоящее время инфраструктура агротуристского рынка насчитывает более 2,2 тысяч агротуристских хозяйств, большинство которых расположены в Витебской (26,7 %) и Минской (26,4 %) областях. Основная концентрация агротуристских хозяйств приходится на сельские районы с аттрактивной природной средой (реки, озера, водохранилища), а также на пригороды крупных городов и приграничные регионы [6, с. 93-94]. Возрастает уровень территориальной концентрации агротуристских хозяйств также на ОПТ, к которым помимо национальных парков относятся заповедники, заказники и памятники природы. Наиболее значительные площади таких территорий сосредоточены в пределах Брестской и Витебской областей. Система ОПТ Беларуси включает 1302 объекта, в том числе один заповедник (Березинский биосферный), 4 национальных парка (Беловежская пуца, Браславские озера, Нарочанский и Припятский), 85 заказников республиканского значения, 332 заказника местного значения, 306 памятников природы республиканского и 574 местного значения. Общая площадь ОПТ составляет 1591,9 тыс.га или 7,7% от площади страны, что является достаточно низким показателем в сравнении со многими странами Центральной и Восточной Европы. Поэтому одним из основных направлений развития сети ОПТ в Беларуси является расширение фонда природоохранных территорий. В соответствии с Национальной стратегией по сохранению и устойчивому использованию биологического разнообразия Республики Беларусь планируется увеличение количества ОПТ, в том числе заповедников – до 2, национальных парков – до 9, заказников республиканского значения – до 152.

ОПТ Беларуси имеют конкурентное преимущество над многими странами Центральной и Восточной Европы, в которых не сохранились в естественном состоянии лесные массивы и природные ландшафты. Именно естественные лесные экосистемы составляют наибольшую долю в структуре ОПТ Беларуси. Хорошо сохранившиеся уникальные природные ландшафты являются важным ресурсом эколого-образовательных туров для агротуристов. Другим активным сегментом потребителей туристского продукта ОПТ являются туристы, которых привлекает отдых на фоне нетронутой природы.

Кроме того, многие ОПТ Беларуси имеют одновременно и природную, и культурно-историческую ценность. Историко-культурные памятники являются важными объектами экскурсионного показа. Например, Беловежская пуца является крупнейшим древним лесным

массивом Европы, обладающим исключительно богатым видовым составом флоры и фауны и включенным ЮНЕСКО в Список объектов Всемирного природного и культурно наследия человечества. Беловежская пуца выступает и как уникальный культурно-исторический регион со специфическими набором археологических памятников, памятными историческими местами. Другой пример – национальный парк «Припятский», на территории которого находится город Туров – столица древнего княжества.

Трудовые ресурсы (обслуживающий и управленческий персонал) или ресурсы гостеприимства играют важнейшую роль в агротуристском обслуживании. Практически все потребности агротуристов реализуются в процессе тесного контакта с семьей фермера или местным населением: размещение и знакомство с местной кухней, участие в аграрной деятельности, уход за домашними животными, досуг на лоне сельской природы, разнообразные спортивные развлечения, знакомство с историей и культурой региона, приобретение изделий народных промыслов и др.

Для наиболее полного удовлетворения туристских потребностей происходит интеграция различных предприятий в области производства комплексного диверсифицированного туристского продукта. Такой инновационной пространственной формой организации туристской деятельности являются кластеры. Основной целью создания туристских кластеров является создание конкурентоспособного регионального туристского продукта на основе глубокой кооперации и конкурентных отношений между всеми субъектами технологического цикла (поставщиками услуг, производителями, посредниками), построенного на принципе государственно-частного партнерства. Создание туристских кластеров в Республике Беларусь – инновационное направление в управлении развитием региона [7, с. 123-126]. Например, первым в стране агротуристским кластером, построенным по технологии «зеленых маршрутов», являются «Воложинские гостинцы». Воложинский район Минской области расположен в 43 км от Минска, который, тем не менее, сохранил естественную природную среду (заказник «Налибокская пуца») в сочетании с высокой концентрацией исторических памятников и знаменательных мест. Кластер включает 12 агроусадебных хозяйств, этнопоселение, 4 центра ремесел, 9 музеев, спортивно-оздоровительную базу с туристско-информационным центром, загородный спортивный клуб, 4 экологических музея, более 20 событийных мероприятий (фестивали, гонки на собачьих упряжках). Кластер предлагает разнообразные анимационные программы, обзорные и тематические экскурсии (тема еврейского наследия, экскурсия на конфетную фабрику «Ивкон»), а также водные, велосипедные, пешие и конные походы общей протяженностью более 200 км, включая экологическую тропу в Налибокской пуце.

Выводы. Таким образом, на формирование национальной модели агроэкологического туризма Республики Беларусь влияет ряд объективных факторов внутренней и внешней среды. Конкурентоспособность

агротуристского продукта страны на международном рынке сельского туризма обеспечивается совокупностью использования экологических, природно-рекреационных и культурно-исторических (фольклорно-этнографических) ресурсов. Важную роль играют социально-экономические факторы, среди которых выделяются создание благоприятной нормативно-правовой основы, способствующей активизации бизнеса в регионах, наличие значительных площадей сельских территорий, формирование инновационных форм пространственной организации производства специализированного туристского продукта. Тем не менее, среди актуальных проблем развития АТ в Беларуси можно отметить необходимость создания эффективной системы маркетинговых коммуникаций, направленных на расширение географической структуры туристского спроса, соответствия международным стандартам, основанных на современных методах менеджмента, улучшения условий проживания и санитарного состояния хозяйств, повышения качества обслуживания за счет диверсификации туристских услуг, а также трудности в общении местного населения с иностранными гостями в результате плохого знания иностранных языков и др.

Список использованных источников

1. Marin Bachvarov. Alternative Tourism - Alternative To What? // Conditions of the Foreign Tourism Development in Central and Eastern Europe. Alternative Tourism as an Important Factor of Incoming Tourism Development in Central and Eastern Europe. 23-26 October 1998. – Wrocław: Geographical Institute of the Wrocław University, 1999. – P. 7-10.
2. Клицунова В.А. Агротуризм : учеб.-метод. пособие / В.А. Клицунова, Н.М. Борисенко, Я.И. Аношко. – Минск : РИПО, 2014. – 132 с.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belstat.gov.by> (дата обращения: 09.11.17)
4. Марцинкевич Г.И. Предпосылки развития экологического туризма в Республике Беларусь // Развитие туризма в условиях современных интеграционных процессов : тез. докл. и сообщ. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 3-5 дек. 2007 г. / М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Рос. Междунар. акад. туризма. – М., 2007. – С. 13-14.
5. Мечковская О.А. Фольклорно-этнографический потенциал Беларуси как фактор активизации въездного туризма // I Международная конференция по сотрудничеству и формированию согласованной политики в вопросах развития культурно-познавательного туризма на пространстве СНГ: Сборник научных статей. – М.: МФГС, 2011. – С. 110-115.
6. Ivan Pirozhnik. Rozwój usług agroturystycznych na rynku turystycznym Białorusi // Ekonomiczne problemy turystyki. N 2 (30). – 2015. – S.87-107.
7. Мечковская О.А. Особо охраняемые природные территории как высокоэффективные объекты туризма Республики Беларусь // Университетский спорт в современном образовательном социуме : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 23-24 апр. 2015. : в 4 ч. / Белорус. гос. ун-т физ. культуры ; редкол. : Т.Д. Полякова (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУФК, 2015. – Ч. 4 : Инновационные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения. – С. 123-126.

References.

1. Marin Bachvarov. Alternative Tourism - Alternative To What? // Conditions of the Foreign Tourism Development in Central and Eastern Europe. Alternative Tourism as an

- Important Factor of Incoming Tourism Development in Central and Eastern Europe. 23-26 October 1998. – Wrocław: Geographical Institute of the Wrocław University, 1999. – P. 7-10.
2. Klicunova V.A. Agroecotourism : teaching aid / V.A. Klicunova, N.M. Borisenko, Y.I. Anoshko. – Minsk : RIPO, 2014. – 132 p.
 3. National Statistical Committee of the Republic of Belarus. URL: <http://www.belstat.gov.by>.
 4. Marcinkevich G.I. Prerequisites for the development of ecological tourism in the Republic of Belarus // Development of tourism in the context of modern integration processes : abstracts of the international scientific-practical conference, Minsk, 3-5 Dec. 2007 / Sports and Tourism Ministry of the Republic of Belarus. – M, 2007. – P. 13-14.
 5. Mechkovskaya O.A. Folklore and ethnographic potential of Belarus as a factor of activation of incoming tourism / I International conference on cooperation and the formation of a coherent policy in the development of cultural and educational tourism in the Commonwealth of Independent States area : a collection of scientific articles. – M.: MFGS, 2011. – P. 110-115.
 6. Ivan Pirozhnik. Development of agro-tourism services on the tourist market of Belarus // Economic problems of tourism. N 2 (30). – 2015. – P.87-107.
 7. Mechkovskaya O.A. Specially protected natural territories as highly effective objects of tourism of the Republic of Belarus // University sport in a modern educational society : materials of the international scientific and practical conference, Minsk, 23-24 Apr. 2015. / Belarusian State University of Physical Culture. - Minsk : BSUPC, 2015. – P. 123-126.