

КОМПОНЕНТ ТРАДИЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ БЕЛАРУСИ В СИСТЕМЕ ПРОДВИЖЕНИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Сельский туризм (агроэкотуризм) — это вид деятельности, организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию и отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга, занятиям активными видами туризма и т.д. Сельский туризм ориентирован на использование сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристического продукта [1].

Одна из тенденций последних лет — особый интерес горожан к отдыху на природе в сельской местности в традиционных сельских домах. Мотивацией к отдыху в сельской местности является желание быть ближе к природе, возможность дышать свежим воздухом; познакомиться с другой культурой и традициями, поучаствовать в разных праздниках, пообщаться с местным населением.

Разработка законодательства в сфере агроэкотуризма привела к устойчивой регламентации оказания агроэкотуристических услуг. С принятием Указа Президента Республики Беларусь № 372 деятельность в сфере агроэкотуризма в республике получила законодательную основу и начала развиваться быстрыми темпами [2].

Предпосылками развития сельского туризма в стране являются богатое культурно-историческое и нематериальное наследие, природные условия.

Значительный потенциал для развития агроэкотуризма в Беларуси позволил реализовать идею его развития. Организационным началом явилось создание двух организаций ОО «Агро- и экотуризм» и БОО «Отдых в деревне» (2002 и 2003 гг. соответственно). Их задачами являлось привлечение граждан к занятию сельским и экологическим туризмом. Они занимались подготовкой обучающих программ, проведением семинаров, тренингов. Другими словами, этими организациями был внесен огромный вклад в развитие агроэкотуризма в нашей стране. Но на данный момент организация «Отдых в деревне» прекратила свое существование [3].

Проблемы продвижения агроэкотуризма заключаются в том, что многие усадьбы не имеют собственного сайта, хотя его наличие помогает потребителю легко и быстро найти нужную информацию и связаться с агроусадьбой; недостаток информации при размещении рекламы, зачастую можно увидеть только средство связи и адрес; однообразие сельского отдыха; неиспользование современных методов и форм маркетинговой деятельности и т.д.

В то же время необходимо признать, что совершенно не достаточно используется главное конкурентное преимущество развития национального агротуристического сектора — потенциал традиционной культуры, который имеет возможность создания эффекта своеобразия и уникальности белорусского агротуристического продукта, что несомненно привлечет как внутренний, так и внешний туристический поток.

В том числе необходимо использовать возможность продвижения сельского туризма через осуществление PR-мероприятий, активное ведение социальных сетей, контент которых (с использованием традиционной культуры Беларуси) должен быть адаптирован к современному потребителю.

Источники

1. *Шапиро, И. И.* Агроэкотуризм в Республике Беларусь: анализ и направления развития [Электронный ресурс] / И. И. Шапиро // Электронная библиотека БГЭУ. — Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/80677/1/Shapiro_69_76.pdf. — Дата доступа: 17.11.2022.

2. *Коско, В. В.* Поддержка развития агроэкотуризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / В. В. Коско // Электронная библиотека БГУ. — Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/167780/1/469-475.pdf>. — Дата доступа: 16.11.2022.

3. Предпосылки развития агротуризма [Электронный ресурс] // Инфопедия. — Режим доступа: <https://infopedia.su/20x3685.html>. — Дата доступа: 17.11.2022.