

2. Die Deutsche Zentrale für Tourismus // Germany Travel. — URL: <https://www.germany.travel/de/ueber-uns/uebersicht.html> (date of access: 19.11.2024).

3. *Гарбер, Ж.* Популярность pop-up store в Южной Кореи / Ж. Гарбер // vc.ru. — URL: <https://vc.ru/u/2561754-zhanna-garber/909925-populyarnost-pop-up-store-v-yuzhnoi-koree> (дата обращения: 19.11.2024).

Т. В. Гончарук, Д. Ю. Сенько

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. В. Толкач

АНАЛИЗ УПРАВЛЕНИЯ АГРОЭКОТУРИЗМОМ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ И РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Агроэкотуризм является одной из самых быстрорастущих отраслей не только в Беларуси, но и во всем мире, предоставляя уникальную возможность развития сельской местности, использования природных ресурсов, исторического и культурного наследия. Однако эффективность его управления существенно различается в разных странах.

В странах с развитым агроэкотуризмом (Германия, Франция, Италия, Нидерланды, Чехия, Польша) большое влияние на управление оказывают региональные власти. Наряду с государственной поддержкой создаются ассоциации сельского туризма, которые способствуют его развитию путем предоставления консультативных, маркетинговых и информационных услуг. Французская ассоциация «Туризм в сельской местности» успешно развивает агротуризм, используя стратегическое управление. В Германии в начале 1980-х гг. была сформулирована концепция доступного и экологичного отдыха в сельской местности, ориентированная на сохранение традиционного образа жизни и природных ландшафтов. Как результат — удалось сохранить сельское население, традиционные хозяйства и уникальную природу европейских сельских регионов. Швейцария представлена несколькими ассоциациями (Tourisme-rural.ch, Swiss Holiday Farms и др.), которые строго контролируют качество услуг. В Италии существует несколько национальных организаций сельского туризма (Terra Nostra, Agrituris и др.), и все они поддерживают отношения с государственными органами власти. Страны активно используют различные финансовые инструменты поддержки: Италия предоставляет налоговые льготы (Art Bonus Decree) для реконструкции туристических объектов, а Австрия — выгодные кредиты и субсидии, стимулирующие инновации и новые бизнес-проекты с помощью целевых программ и премий [1].

В зарубежных странах агроэкотуризм подкреплён развитой инфраструктурой: отличными дорогами, быстрым интернетом, удобны-

ми онлайн-сервисами для бронирования и поиска информации, а также специально созданной туристической инфраструктурой в сельской местности. В целом перечисленные выше страны характеризуются долгосрочным планированием, интегрированным в национальные программы развития сельских территорий, основанным на анализе рынка, целевой аудитории и конкурентной среды с акцентом на устойчивом развитии и охране окружающей среды.

Что касается Республики Беларусь, то планирование относительно фрагментарное, чаще ориентировано на краткосрочные цели. Отсутствуют четкие и общедоступные стратегические документы для агроэкотуризма. Дороги часто нуждаются в ремонте, доступ к интернету в сельской местности ограничен, а системы бронирования и онлайн-информация для туристов недостаточно развиты. Нет ассоциаций, поэтому поддержка и развитие агроэкотуризма осуществляются не в полной мере. Однако предусмотрено льготное кредитование субъектов агроэкотуризма.

Таким образом, успешная реализация агроэкотуризма в Беларуси требует усилий государства, местных властей, фермеров и предпринимателей, направленных на различные аспекты, от инфраструктуры до финансовых механизмов. Наличие программы развития агроэкотуризма — важное условие для развития данной области и ее включения в структуру экономики страны.

Источник

1. *Пантюхина, С. В.* Аналитический обзор стратегий и практического опыта некоторых Европейских стран в развитии сельского туризма / *С. В. Пантюхина* // Библиотека сельского туризма. — URL: https://просельскийтуризм.pf/assets/files/recommendations_project_fin.pdf (дата обращения: 20.11.2024).

Ю. А. Горашук, З. А. Петрович, А. С. Ракитская
БГЭУ (Минск)

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Сегодня мир туризма и гостиничного бизнеса сталкивается с серьезной и жесткой конкуренцией относительно их клиентов и должен быстро реагировать на изменения во внешних бизнес-условиях [1]. Развитие гостиничного бизнеса является катализатором совершенствования различных видов деятельности, таких как международный бизнес, транспортная отрасль, торговля. Тем не менее гостиничная