

Я.Л. Гружевская
Е.И. Кулаковская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — кандидат экономических наук И.А. Власова

СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА НА ПРИМЕРЕ ЦЭТ «СТАНЬКОВО»

Агротуризм (сельский туризм) — сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и ее особенностей для создания комплексного туристского продукта. Туристы некоторое время ведут сельский образ жизни, знакомятся с местной культурой и местными обычаями, принимают участие в традиционном сельском труде.

Экологический туризм, или экотуризм, — путешествие с ответственностью перед окружающей средой по отношению к ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает мягкое воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности. Он предполагает отказ от культа комфорта, массовых коммуникаций, доступности и потребления туристических благ. Экотуризм — это единственное направление в индустрии туризма, заинтересованное в сохранении своего главного ресурса — естественной природной среды или ее отдельных компонентов (памятников природы, определенных видов животных или растений и т.д.).

Соответственно логичным определением агроэкотуризма было бы объединение принципов агротуризма и экотуризма. Более наглядно это выглядит в следующей формуле: «Агроэкотуризм = агротуризм + экотуризм».

Однако в отечественной практике данные понятия явно отличаются от принятых на международном уровне. Рассмотренный нами объект агротуризма «Станьково» полностью разрушает общепринятое мировой практикой представление об агро- и экотуризме. Местность, на которой располагается данный объект туризма, можно назвать урбанизированной, а причастность к рассматриваемым видам туризма заключается лишь в его местонахождении (в сельской местности, за чертой города, на базе агрокомбината «Дзержинский»), использовании домашних животных (проживающих в вольерах, но не в естественной среде), а также местности.

Следовательно, рассчитывая на привлечение иностранных туристов, следует запретить использование данных обозначений туризма. Существует, на наш взгляд, несколько решений проблемы: либо предложить новое обозначение предлагаемым услугам, либо вопреки мировой

практике продолжить использование терминов агро- и экотуризма (что было бы не рационально в связи с неустойчивым положением Республики Беларусь на международной туристской арене).

А.В. Кадатенко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — П.А. Литвинов

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Под этнографическим туризмом понимается вид познавательного туризма, основной целью которого является посещение этнографического объекта, посвященного культуре, архитектуре, быту и традициям какого-либо народа (этноса). Также объектами этого вида туризма являются обряды, обычаи и традиции, народные праздники и фестивали, ремесла и промыслы. Этнографический туризм является основным направлением деятельности музеев (в том числе скансенов), агроусадеб и других объектов туризма.

В Беларуси есть 6 крупных объектов этнографического туризма, в том числе 4 государственных и 2 частных. Кроме этого, в Беларуси зарегистрировано чуть более 2000 агроусадеб, многие из которых предлагают туристический продукт этнографического характера [1].

Беларусь имеет хорошие перспективы по развитию этнографического туризма. В первую очередь это богатая история нашей страны, значительный пласт материальной и нематериальной культуры народа, являющейся основой для создания привлекательного и конкурентоспособного турпродукта (традиции, праздники, обряды, кухня, промыслы и ремесла и др.).

Несмотря на декларируемые приоритеты в развитии белорусского туризма, он недостаточно развит: доля доходов от туризма в структуре ВВП нашей страны составляет около 1 %. Этот показатель является низким по сравнению с другими странами, например в Швеции он составляет около 3 %, Эстонии — 3,3 %, Латвия — 3 %. Несомненно, что данная ситуация требует улучшения и одним из перспективных направлений развития туризма в Беларуси является этнографический туризм.

Можно рассмотреть опыт Швеции — это страна, которая является лидером по количеству этнографических и краеведческих музеев, здесь расположено около 1200 этнографических музеев. Первый музей под открытым небом — Скансен появился именно в Швеции [2].

Основываясь на имеющемся немалом ресурсном потенциале для развития этнографического туризма и повышения привлекательности существующего и разрабатываемого турпродукта, необходимо расширять направления деятельности и перечень предлагаемых услуг на туристических объектах. Перспективными будут следующие направления: фотографирование в дворянских, мещанских и других костюмах;