

имость фестиваля составила 72,0 млн бел. руб.; налог на прибыль (24 %) составил 5,9 млн бел. руб. Исходя из этого, чистая прибыль от реализации услуг составила 18,6 млн бел. руб., а уровень рентабельности проекта — 26 %. Фестиваль посетило около 1,5 тыс. чел. из Беларуси, России и Украины. Всеми организационными вопросами занимался клуб «Паходня» — от получения разрешений до строительства деревянного замчища.

В ходе проведения фестиваля были выявлены следующие проблемы:

- 1) бюрократизм и пассивность госорганов. В итоге в 2016 г. Вилейским исполкомом было отказано в проведении «Гонару продкаў»;
- 2) безответственное отношение выступающих (из прибывших 30 клубов порядка 20 участие в программе принимать отказались);
- 3) отсутствие разработанного бизнес-плана фестиваля;
- 4) недостаточный уровень развития инфраструктуры в регионе;
- 5) необходимость расширения программы фестиваля, разработка разнообразия локаций интерактивных зон;
- 6) отсутствие организованного питания для зрителей.

Таким образом, можно сделать вывод, что без таких факторов, как компетенции организаторов, степень заинтересованности властей, уровень развития инфраструктуры и др. успех проведения региональных событийных мероприятий достаточно сомнителен.

Литература

1. *Акантинов, А. Д.* Территориальный маркетинг / А. Д. Акантинов, А. В. Колик. — Минск, 2013.

И.И. Шапиро
БГЭУ (Минск)

АГРОУСАДЬБЫ НУЖДАЮТСЯ В КАЧЕСТВЕ, А НЕ В КОЛИЧЕСТВЕ

Республика Беларусь в целом и все ее области в отдельности наделены и обладают высоким туристическим потенциалом, на ее большой территории расположены не только полезные ископаемые, но и природные ресурсы — леса, водоемы, а также многочисленные историко-культурные памятники архитектуры, международная транспортная сеть, что, естественно, является привлекательным для туристов.

Однако развитие как въездного, так и внутреннего туризма сдерживается целым рядом негативно влияющих факторов. К основной и наиболее острой проблеме, с нашей точки зрения, можно отнести то, что количество агроусадьб в регионах Республики Беларусь значи-

тельно выше качественных показателей самих агроусадеб. На конец 2014 г. зарегистрировано 2030 агроусадеб, услугами которых в 2014 г. воспользовались 318, 8 тыс. чел. За последние 8 лет число агроусадеб увеличилось в 55 раз.

Такие цифры озвучил на международной конференции «Агротуризм-2015: инновации и территориальное развитие» директор Департамента по туризму Министерства спорта и туризма Вадим Кармазин. Он обратил внимание, что туристический сезон в нынешнем году выдался достаточно сложным. При этом, судя по статистике, агротуризм менее подвержен колебаниям. Если падение доходов у турорганизаций составило практически 40 %, то агротуризм не дотягивает до уровня прошлого года всего 20 %. «Агротуризм переходит от количества к качеству. Так, 60 % субъектов имеют специализации, помимо предоставления ночлега и питания в сельской местности. Речь идет о культуре и традициях, активном отдыхе, сельхозпроизводстве, проведении экскурсий, анимационных программ», — говорит Вадим Кармазин. Он подчеркнул: вклад агротуризма в экономику тяжело подсчитать. Те доходы, которые отражаются в договорах, отражают неполную сумму, которая остается в сельской местности. Как правило, не учитываются дополнительное питание, визы, транспорт, стройматериалы для ремонта домов. При этом в Минспорта и туризма подсчитали: приблизительно около 6 тыс. рабочих мест создано в сельской местности на условиях полной и частичной занятости [1].

Можно отметить, что количество агроусадеб растет неизменно каждый год, но количество не говорит о качестве, здесь речь идет и о предоставляемых услугах агроусадеб и о развитости сервиса агроусадеб.

В заключение отметим, что для улучшения качественных показателей туристического бизнеса в регионе необходимо со стороны государственных органов доводить определенные показатели эффективности работы агроусадеб или же устанавливать так называемые планки вхождения в агротуристический бизнес, что позволит улучшить качество предоставляемого сервиса, услуг и отдыха. Сюда можно отнести количество блюд на выбор посетителя в имеющемся меню; наличие трансфера от вокзала или аэропорта; наличие водоема или бассейна и др.

По примерным подсчетам, на конец 2015 г. число агроусадеб дошло до 2100 на 9,466 млн населения Республики Беларусь, что является довольно весомой цифрой.

Сегодня, когда экономики многих стран по различным причинам — экономическим, социальным и политическим — являются закрытыми для туризма, есть шанс улучшить качество агротуристических услуг, привлекая все новых и новых туристов из дальних и ближних стран.

Литература

1. Друк, М. За год станет на 170 агроусадоб больше [Электронный ресурс] / М. Друк // Беларусь сегодня. — Режим доступа: <http://www.sb.by/v-belarusi/article/za-god-stanet-na-170-agrousadob-bolshe.html>. — Дата доступа: 29.02.2016.

Ю.Н. Щадий
БГЭУ (Минск)

РАЗВИТИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

В современном обществе существует невероятное множество различных видов туризма, удовлетворяющих самым разнообразным вкусам и потребностям путешественников. С течением времени туристская деятельность менялась и ее традиционные виды, связанные с культурой и спортом, дополнились новыми, такими, как, например, гастрономический туризм.

Цель данного исследования: предложить объекты гастрономического туризма, которые позволят туристам пробовать традиционные блюда и напитки, путешествуя по разным белорусским регионам, окунаясь в быт и культуру белорусского народа и вместе с тем оценивая культурное богатство белорусских городов и деревень.

Гастрономический туризм — туристский опыт, во время которого человек оценивает и/или потребляет еду и напитки, отражающие региональную и национальную кухню, наследие и культуру [1].

Для оценки уровня информированности потенциальных туристов о возможностях гастрономического туризма был проведен опрос, результаты которого следующие: 83 % респондентов заинтересовались данным видом туризма и его продвижением, а 55 % никогда не слышали о нем.

Участникам также было предложено назвать самые популярные блюда белорусской кухни. Большинство упомянули драники и не смогли вспомнить что-либо еще. Многие белорусы забыли о своих кулинарных традициях, а ведь эти традиции не менее богаты, чем, например, немецкие или французские.

Гастрономический туризм предоставляет путешественникам возможность более подробно оценить культуру страны, потому что вы не только едите блюда национальной кухни и пьете традиционные напитки, но также имеете возможность ознакомиться с технологией их приготовления. Посещения ресторанов национальной кухни недостаточно для того, чтобы проникнуться истинными белорусскими традициями.

Уважение традиций и обычаев предков, забота о культуре родной страны — все начинается с хлеба. Хлеб — это символ благополучия и