

АГРОТУРИЗМ – ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Ли Хунся

УО «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

Агротуризм рассматривается как приоритетное направление развития сельских территорий. В последние годы возрастает его роль в обеспечении устойчивого развития сельской местности, создании новых рабочих мест и повышении доходов местных жителей [1].

Выполненные нами исследования показывают, что категория «агротуризм» рассматривается отечественными и зарубежными учеными как форма туризма, связанная с сельским хозяйством, где туристы имеют возможность непосредственно участвовать в сельскохозяйственных работах, знакомиться с процессами производства сельскохозяйственного сырья, продукции и продуктов питания, а также получать образовательные услуги. Исходя из этого, основополагающими характеристиками рассматриваемого объекта исследования выступают [2, 3]: интерактивность, т. е. участие туристов в производственных процессах; образовательный аспект: обучение традиционным методам ведения сельского хозяйства; экологическая составляющая: определяет устойчивое развитие и сохранение окружающей среды.

В контексте развития сельских территорий наиболее важное значение его имеют разновидности, а именно фермерский туризм (посещение фермерских хозяйств и участие в их деятельности), экотуризм (акцент на экологически чистых практиках), кулинарный (знакомство с местной кухней и традициями приготовления пищи) и образовательный туризм (реализация программ, направленных на обучение агрономии и экологии). Все это в совокупности позволяет выделить следующие основы агротуризма:

во-первых, экономическая теория агротуризма рассматривается как способ диверсификации доходов сельских жителей. Согласно экономической теории, он способствует увеличению доходов от сельского хозяйства и создает новые рабочие места. Исследования показывают, что агротуризм может быть эффективным инструментом для борьбы с бедностью в сельских районах, предоставляя дополнительные источники дохода;

во-вторых, социальные аспекты агротуризма включают улучшение качества жизни местных жителей, развитие социальной инфраструктуры и сохранение культурного наследия, а также способствует формированию местных сообществ и укреплению социальных связей;

в-третьих, экологическая теория акцентирует внимание на важности устойчивого развития в агротуризме, основные задачи которого направлены на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду, сохранение природных ресурсов и биоразнообразия.

Несмотря на положительные аспекты влияния агротуризма на развитие сельских территорий, как вид экономической деятельности он сталкивается с рядом проблем [1, 3]: отсутствие необходимой инфраструктуры, отвечающей современным требованиям цифровизации экономики и бизнеса; недостаток финансирования в виду того, что основными субъектами выступают малые фермерские хозяйства, которые часто не имеют достаточных финансовых средств для инвестиций в агротуризм; высокий уровень конкуренции со стороны других туристических направлений, что затрудняет привлечение туристов; социальные проблемы, обусловленные конфликтами интересов между поставщиками, посредниками и потребителями услуг; экологические вызовы, связанные с перегрузкой ресурсов, где увеличение числа туристов может привести к истощению водных ресурсов и ухудшению состояния почвы, а отходы и загрязнение дают недостаточную инфраструктуру для утилизации отходов.

Таким образом, агротуризм как вид экономической деятельности выступает эффективным и приоритетным направлением для развития сельских территорий и туристической отрасли в целом. Его успешная реализация обеспечивается применением комплексного подхода, включающего теоретические основы, методические рекомендации и практическое применение на уровне местных сообществ, а также адаптацией к новым инновационным решениям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Киреенко, Н. В. Модели развития аграрного бизнеса в международной практике / Н. В. Киреенко // Вес. Нац. акад. навук Беларусі. Сер. аграр. навук. – 2021. – Т. 59, № 1. – С. 23-42.
2. Beedie, P. Emergence of Short Break Tourism: A Case Study of the UK Market / P. Beedie, S. Hudson // Tourism Management. – 2003. – № 24(6). – P. 673-684.
3. Cohen, E. Food in Tourism: Attraction and Impediment / E. Cohen, N. Avieli // Annals of Tourism Research. – 2004. – № 31(4). – P. 755-778.