



**АГРОТУРИЗМ КАК КАНАЛ ПРОДВИЖЕНИЯ
СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ
В РОССИИ И БЕЛАРУСИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ
СТАТИСТИКИ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

Рущицкая О. А., Куликова Е. С., Кружкова Т. И., Кот Е. М.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уральский государственный аграрный университет», Екатеринбург, Российская Федерация,
e-mail: e.s.kulikova@inbox.ru*

В статье исследуется агротуризм как инструмент территориального продвижения, диверсификации доходов фермерских хозяйств и формирования устойчивого спроса на сельские территории в России и Беларуси. Актуальность темы определяется тем, что агротуризм перестал быть периферийной активностью и постепенно превращается в самостоятельный канал продвижения локальной продукции, сельского образа жизни и региональных брендов. Цель работы состоит в сопоставлении параметров предложения и обслуженного спроса на основе официальной статистики двух стран, а также в выявлении институциональных различий, влияющих на масштабирование данного сегмента. Информационную базу составили данные Федеральной службы государственной статистики по коллективным средствам размещения на сельских территориях Российской Федерации, материалы Национального статистического комитета Республики Беларусь по средствам размещения, внутреннему туризму и агроэкотуризму, а также официальные сведения Министерства сельского хозяйства Российской Федерации о грантовой поддержке агротуристических проектов. Используются методы сравнительного и динамического анализа, расчет относительных показателей нагрузки на объект размещения и интенсивности использования инфраструктуры. Установлено, что Беларусь характеризуется более высокой институциональной оформленностью агроэкотуризма как статистически выделяемого направления, тогда как в России быстрее формируется инфраструктурная и проектная база продвижения через сельские средства размещения и грантовые проекты. Показано, что различия между странами связаны не только с масштабом рынка, но и со способом статистического учета, из-за чего сопоставление должно строиться не по одному универсальному индикатору, а по матрице показателей спроса, предложения и институциональной зрелости. Практическая значимость результатов состоит в возможности использования предложенной логики сравнения для региональной политики, маркетинга фермерских хозяйств и оценки эффективности мер поддержки.

Ключевые слова: агротуризм, продвижение, фермерство, село, спрос, предложение, сравнение

**AGRITOURISM AS A CHANNEL FOR PROMOTING
RURAL TERRITORIES AND FARMS
IN RUSSIA AND BELARUS: A COMPARATIVE ANALYSIS
OF DEMAND AND SUPPLY STATISTICS**

Ruschitskaya O. A., Kulikova E. S., Kruzhkova T. I., Kot E. M.

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
“Ural State Agrarian University”, Yekaterinburg, Russian Federation,
e-mail: e.s.kulikova@inbox.ru*

The article examines agritourism as an instrument of territorial promotion, farm income diversification, and the formation of sustainable demand for rural areas in Russia and Belarus. The relevance of the topic is linked to the fact that agritourism is no longer a peripheral activity and is increasingly becoming an independent channel for promoting local products, rural lifestyles, and regional brands. The aim of the study is to compare supply parameters and served demand on the basis of official statistics from the two countries and to identify institutional differences that affect the scaling of this segment. The empirical base includes data from the Federal State Statistics Service on collective accommodation facilities located in rural territories of the Russian Federation, materials of the National Statistical Committee of the Republic of Belarus on accommodation facilities, domestic tourism, and agroecotourism, as well as official information from the Ministry of Agriculture of the Russian Federation on grant support for agritourism projects. Comparative and dynamic analysis methods were applied together with calculations of relative indicators of facility load and infrastructure use intensity. The study demonstrates that Belarus has a higher level of institutional formalization of agroecotourism as a statistically distinguished segment, whereas Russia is developing a broader infrastructural and project base of promotion through rural accommodation facilities and grant-supported initiatives. It is shown that the differences between the two countries are associated not only with market size but also with the mode of statistical accounting. Therefore, comparison should rely on a matrix of demand, supply, and institutional maturity indicators rather than on a single universal measure. The practical significance of the results lies in the use of this comparison logic for regional policy, farm marketing, and evaluation of public support measures.

Keywords: agritourism, promotion, farming, countryside, demand, supply, comparison

Введение

Агротуризм в современной региональной и отраслевой экономике выполняет не только рекреационную, но и выраженную маркетинговую функцию. Его экономическое значение определяется тем, что он связывает территорию, производителя и потребителя в единую систему продвижения, где впечатление от посещения фермы, сельской усадьбы или локального маршрута становится фактором последующих покупок продукции, повышения доверия к сельскому бренду и роста узнаваемости территории. Для сельских территорий это означает переход от пассивного присутствия на рынке к более сложной модели, в которой место само становится продаваемым экономическим активом. Для России и Беларуси данная проблематика имеет особую значимость. Обе страны ориентированы на развитие внутреннего туризма, поддержку сельской занятости и диверсификацию доходов аграрных производителей, но используют разные институциональные и статистические механизмы описания агротуристического сегмента. В России официальная статистика фиксирует инфраструктурную базу сельского размещения, а государственная поддержка усиливает проектную составляющую через грантовые механизмы. В Беларуси агроэкотуризм выделен в самостоятельный объект учета, что делает его видимым как отдельный сегмент туристического рынка. Официальные данные показывают, что в России по итогам 2024 г. на сельских территориях функционировало 12 829 коллективных средств размещения, а в Беларуси в 2024 г. учитывалось 1408 субъектов агроэкотуризма, обслуживших 427,6 тыс. туристов; одновременно Минсельхоз России сообщил, что за время действия гранта «Агротуризм» поддержку получили более 300 проектов из 54 регионов, а созданные при поддержке объекты посетили порядка 1 млн чел.

Рассмотрим, как в современных исследованиях интерпретируется агротуризм, какие аспекты его экономической функции уже получили разработку и какие исследовательские разрывы сохраняются применительно к сопоставлению России и Беларуси. В исследованиях последних лет агротуризм все чаще трактуется не только как дополнительный источник дохода, но и как инструмент устойчивого развития сельской местности. Е. И. Артемова, А. С. Басюк, М. П. Зелинский показывают связь сельского туризма с устойчивостью сельских территорий, подчеркивая его мультипликативное воздействие на занятость и местную ин-

фраструктуру [1]. А. В. Борзенков уточняет понятийные границы агротуризма и сельского туризма, что особенно важно для корректного международного сопоставления [2]. М. Н. Гончарова, Т. Ж. Солосиченко, Н. А. Гончарова смещают акцент к методам выявления потребительских предпочтений, демонстрируя, что спрос на локальный продукт и туристский опыт должен рассматриваться в едином маркетинговом контуре [3]. О. А. Дмитриева, Д. Е. Морковкин, Ю. А. Симагин, А. Е. Поляков рассматривают агротуризм как фактор диверсификации региональной экономики и повышения качества жизни сельского населения [4]. Л. В. Евграфова развивает этот тезис, показывая, что сельский туризм встраивается в модель диверсификации сельской экономики через расширение занятости и услуг [5]. Е. А. Жуковская на материале Сибирского федерального округа демонстрирует, что агроэкотуризм способен выступать самостоятельным направлением развития сельского хозяйства, если формируется пространственно привязанное предложение с выраженным природным и хозяйственным содержанием [6]. Н. А. Кадетова переносит дискуссию на уровень самих сельхозтоваропроизводителей, акцентируя воспринимаемые барьеры и возможности развития аграрного туризма [7]. Р. В. Кадыров, Э. Р. Хайруллина, В. И. Богданова показывают роль сельского туризма в диверсификации экономики сельских поселений и подчеркивают его влияние на локальные цепочки создания стоимости [8]. Л. А. Калинина, И. А. Томсон предлагают методический подход к исследованию предложения услуг сельского туризма, что особенно ценно для разработки сопоставимых индикаторов емкости и структуры рынка [9]. В. В. Кремлева, У. А. Курбанова, О. И. Дудина, Ю. В. Шарапов задают важный контекст, в котором территориальные и репутационные эффекты становятся частью оценки стоимости бизнеса [10]. Е. С. Куликова, Е. Л. Молокова обращаются к критериям оценки интернет-сайтов сельских территорий и тем самым выводят обсуждение в плоскость цифрового продвижения местности [11]. Н. В. Новикова, М. Н. Гончарова, Н. В. Лыжин показывают, что урбанизация и конкуренция за землю усиливают давление на сельскохозяйственное производство, а значит, повышают значимость диверсифицированных моделей использования сельской территории, включая туристские [12]. С. В. Пашков, Г. З. Мажитова рассматривают агротуризм как альтернативную форму развития сельских территорий и фактически подводят к выводу

о его институциональной автономии [13]. С. Г. Пьянкова, В. В. Линин предлагают методику интеграционного пространственно-экономического анализа агротуризма в регионе, что методологически близко настоящему исследованию [14]. Д. Ю. Самыгин, А. А. Иванов дополняют картину анализом территориального размещения агропродовольственного сектора и стратегических оснований его развития, благодаря чему агротуризм может быть встроен в более широкий контур пространственной экономики продовольственных систем [15].

Проведенный библиографический анализ показал, что в имеющихся исследованиях достаточно полно раскрыты вопросы понятийного разграничения агротуризма и сельского туризма, его роли в диверсификации сельской экономики, влияния на занятость, качество жизни и развитие локальной инфраструктуры. Одновременно выявлено, что значительно реже агротуризм рассматривается именно как канал продвижения сельских территорий и фермерских хозяйств, соединяющий туристский поток, территориальный маркетинг и сбыт локальной продукции. Недостаточно разработан и сравнительный межстрановой подход, в рамках которого спрос и предложение анализировались бы на основе сопоставимых официальных статистических данных с учетом различий в институциональном учете сектора. В большинстве работ преобладают либо региональные кейсы, либо качественные характеристики потенциала, тогда как количественная увязка инфраструктурной базы, обслуженного спроса и институциональной зрелости агротуризма представлена ограниченно.

Научная новизна исследования заключается в разработке матрицы индикаторов межстранового сравнения агротуризма, включающей блоки предложения, обслуженного спроса и институциональной зрелости, а также в применении авторских расчетных показателей: средней номерной емкости объекта, потоковой нагрузки на объект размещения, продолжительности пребывания и нагрузки на субъект агроэкотуризма.

Цель исследования – выявление сравнительных особенностей агротуризма как канала продвижения сельских территорий и фермерских хозяйств в России и Беларуси.

Материалы и методы исследования

Эмпирическая база исследования сформирована из открытых официальных данных. Для России использованы сведения Федеральной службы государственной статистики о коллективных средствах раз-

мещения, расположенных на сельских территориях Российской Федерации, за 2024 г., а также материалы Министерства сельского хозяйства Российской Федерации о результатах грантовой поддержки проектов «Агротуризм». Для Беларуси использованы инфографические статистические материалы Национального статистического комитета Республики Беларусь за 2023 и 2024 г., содержащие данные о гостиницах и аналогичных средствах размещения, специализированных средствах размещения, внутреннем туризме и агроэкотуризме, а также метаданные официального статистического раздела по туризму. Методически работа опирается на сравнительный анализ, динамический анализ и расчет производных коэффициентов.

Для устранения несопоставимости национальных статистических контуров использована авторская матрица индикаторов межстранового сравнения агротуризма. Она включает три блока: показатели предложения – число объектов, номерной фонд, вместимость; показатели обслуженного спроса – численность размещенных лиц, туристов и ночевок; показатели институциональной зрелости – наличие отдельного статистического учета агроэкотуризма и параметры государственной поддержки. На этой основе рассчитаны авторские производные показатели: средняя номерная емкость объекта, среднее число размещенных лиц на один объект, средняя продолжительность пребывания и средняя нагрузка на один субъект агроэкотуризма.

Результаты исследования и их обсуждение

Первый шаг анализа связан с выделением сопоставимых блоков предложения и спроса. В российском случае официальная статистика позволяет фиксировать сельские коллективные средства размещения как инфраструктурную базу продвижения сельских территорий. В белорусском случае, помимо общей статистики средств размещения, существует отдельный контур учета агроэкотуризма (табл. 1).

Данные табл. 1 показывают, что по масштабу инфраструктуры и обслуженного потока российский сегмент сельских коллективных средств размещения существенно превосходит белорусские показатели, что ожидаемо с учетом размеров территории и емкости внутреннего рынка. В России на сельских территориях зафиксировано 12 829 объектов, 413 470 номеров и 1 223 166 мест; численность размещенных лиц достигла 24 011,7 тыс. чел., а число ночевок – 112 318,8 тыс.

Таблица 1

Предложение и обслуженный спрос в сегментах агротуризма и сельского размещения России и Беларуси в 2024 г.

Сегмент	Число объектов, ед.	Номерной фонд, ед.	Вместимость, мест	Обслуженный спрос, тыс. чел.	Ночевки / койко-сутки, тыс.
Россия: коллективные средства размещения на сельских территориях	12 829	413 470	1 223 166	24 011,7	112 318,8
Беларусь: гостиницы и аналогичные средства размещения	618	20 127	н/д	2468,5	5326,2
Беларусь: специализированные средства размещения	478	20 908	н/д	1100,0	9150,9
Беларусь: субъекты агроэко-туризма	1408	н/д	н/д	427,6	н/д

Примечание: составлена авторами по данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации «Коллективные средства размещения. Основные показатели деятельности коллективных средств размещения, расположенных на сельских территориях Российской Федерации в 2024 г.». URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm_selter_2024.xlsx (дата обращения: 14.03.2026); Национального статистического комитета Республики Беларусь «О туризме в Республике Беларусь. 2024 г.». URL: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/oficial_statistika/2024/infografics-turism-2024.pdf (дата обращения: 14.03.2026).

Таблица 2

Производные показатели использования инфраструктуры и динамики агротуристического сегмента

Показатель	Россия, 2024	Беларусь, 2023	Беларусь, 2024
Среднее число номеров на объект гостиничного / сельского размещения, ед.	32,2	н/д	32,6
Среднее число размещенных лиц на 1 объект гостиничного / сельского размещения, человек	1 871,0	н/д	3 994,3
Среднее число ночевки или койко-суток на 1 размещенное лицо, ед.	4,68	н/д	2,16
Субъекты агроэко-туризма, ед.	н/д	2 409	1 408
Обслуженные туристы агроэко-туризма, тыс. чел.	н/д	450,4	427,6
Средняя нагрузка на 1 субъект агроэко-туризма, чел.	н/д	186,9	303,7

Примечание: составлена авторами по данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turizm_selter_2024.xlsx (дата обращения: 14.03.2026); Национального статистического комитета Республики Беларусь за 2023–2024 гг. Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/oficial_statistika/2024/infografics-turism-2024.pdf (дата обращения: 14.03.2026).

В Беларуси гостиничный сегмент обеспечил 2468,5 тыс. размещенных лиц при 618 объектах и 20 127 номерах, а специализированные средства размещения – 1100,0 тыс. чел. при 478 объектах и 20 908 номерах. Отдельно учитываемый агроэко-туризм в Беларуси охватил 1408 субъектов и 427,6 тыс. туристов. Следовательно, белорусская статистика лучше фиксирует именно профильный агротуристический сегмент, тогда как российская статистика отчетливее отражает более широкий инфраструктурный контур сельского размещения. Прямое сопоставление по одному абсолютному показателю приво-

дило бы к искажению: в Беларуси сильнее институциональная различимость агроэко-туризма, в России – статистическая видимость базы размещения на сельских территориях. В маркетинговом смысле это означает различие стартовых условий продвижения: белорусская модель опирается на видимость специализированного сегмента, российская – на масштаб и охват смежной инфраструктуры. Для более строгой интерпретации необходим переход к относительным показателям, отражающим интенсивность использования инфраструктуры и институциональную нагрузку (табл. 2).

Расчетные коэффициенты позволяют уточнить различия между двумя моделями. В России сельский сегмент размещения в 2024 г. имел в среднем 32,2 номера на объект и 1871 размещенного на один объект при 4,68 ночевки на одного размещенного. Для белорусских гостиниц аналогичные показатели составили 32,6 номера, 3994,3 размещенного на объект и 2,16 койко-суток на одного размещенного. Это указывает на более высокую интенсивность потока на единицу гостиничной инфраструктуры в Беларуси, но на более продолжительное пребывание в российском сельском сегменте. Наиболее показательной оказывается динамика агроэкотуризма Беларуси: число субъектов сократилось с 2409 до 1408, то есть на 41,6 %, тогда как численность обслуженных туристов уменьшилась лишь с 450,4 до 427,6 тыс. чел., или на 5,1 %. В результате средняя нагрузка на один субъект выросла с 186,9 до 303,7 чел. Такая конфигурация позволяет предположить консолидацию рынка и повышение концентрации спроса на более устойчивых участниках. Для региональной экономики это важный вывод: продвиженческий эффект агротуризма зависит не только от числа субъектов, но и от способности системы удерживать поток при структурной перестройке предложения. В российском случае аналогичный эффект достигается скорее через рост инфраструктурной базы и проектную поддержку: по данным Минсельхоза, грант «Агротуризм» уже охватил более 300 проектов из 54 регионов, а объекты, созданные при поддержке программы, посетили около 1 млн чел., что позволяет говорить о формировании в России иной модели масштабирования, в которой ведущую роль играет не статистически обособленный профильный сегмент, а расширение каналов входа потребителя в сельскую территорию через размещение, событийность и бренд фермерского хозяйства.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что агротуризм в России и Беларуси уже вышел за пределы узко специализированной формы сельского отдыха и выполняет функцию экономического продвижения сельских территорий и фермерских хозяйств. В обеих странах он связан с формированием дополнительного спроса на локальные продукты, услуги размещения, экскурсионные практики и сельский образ жизни, однако реализуется через разные институциональные моде-

ли. В Беларуси агроэкотуризм статистически выделен как самостоятельное направление, что повышает прозрачность учета профильного сегмента и позволяет точнее оценивать численность субъектов и обслуженный туристский поток. В России агротуризм развивается преимущественно через более широкий контур сельского размещения, инфраструктурных проектов и грантовой поддержки, вследствие чего его продвиженческий эффект проявляется в связке с развитием сельских коллективных средств размещения и фермерских инициатив.

Сопоставление спроса и предложения показало, что корректный межстрановой анализ не может строиться на одном универсальном показателе. В 2024 г. российский сегмент сельских коллективных средств размещения характеризовался значительно большим абсолютным масштабом: 12 829 объектов и 24 011,7 тыс. размещенных лиц. Белорусская модель, напротив, демонстрирует более высокую институциональную различимость профильного агроэкотуризма: в 2024 г. было учтено 1408 субъектов агроэкотуризма и 427,6 тыс. обслуженных туристов. Динамика Беларуси за 2023–2024 гг. показывает сокращение числа субъектов при относительно небольшом снижении туристского потока, что привело к росту средней нагрузки на один субъект с 186,9 до 303,7 чел. Полученные результаты подтверждают, что агротуризм способен выступать реальным механизмом диверсификации сельской экономики и усиления территориальной узнаваемости, но эффективность его развития определяется качеством институциональной среды и полнотой статистического наблюдения. Для России приоритетным направлением становится повышение статистической видимости собственно агротуристического сегмента, а для Беларуси – сохранение профильного учета при расширении инфраструктурной базы и каналов продвижения.

Список литературы

1. Артемова Е. И., Басюк А. С., Зелинский М. П. Сельский туризм как фактор устойчивого развития сельских территорий // АПК: экономика, управление. 2024. № 11. С. 119–130. DOI: 10.33305/2411-119.
2. Борзенков А. В. Сравнительный анализ подходов в понимании и развитии агротуризма и сельского туризма // Географический вестник. 2024. № 3 (70). С. 152–161. DOI: 10.17072/2079-7877-2024-3-152-161.
3. Гончарова М. Н., Солосиченко Т. Ж., Гончарова Н. А. Маркетинговые методики определения предпочтений потребителей на рынке мяскоколбасной продукции // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих пред-

приятый. 2024. № 12. С. 94–99. DOI: 10.31442/0235-2494-2024-0-12-94-99.

4. Дмитриева О. А., Морковкин Д. Е., Симагин Ю. А., Поляков А. Е. Развитие агротуризма как фактор диверсификации региональной экономики: влияние на качество жизни сельского населения // Народонаселение. 2025. Т. 28. № 1. С. 190–203. DOI: 10.24412/1561-7785-2025-1-190-203.

5. Евграфова Л. В. Сельский туризм как фактор диверсификации сельской экономики // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2024. Т. 19. № 2 (74). С. 122–129. DOI: 10.12737/2073-0462-2024-122-129.

6. Жуковская Е. А. Агротуризм как направление развития сельского хозяйства (на примере СФО) // Экономика сельского хозяйства России. 2022. № 11. С. 70–76. DOI: 10.32651/2211-70.

7. Кадетова Н. А. Аграрный туризм: оценка сельхозтоваропроизводителями проблем и возможностей его развития // АПК: экономика, управление. 2025. № 7. С. 70–75. DOI: 10.33305/257-70.

8. Кадыров Р. В., Хайруллина Э. Р., Богданова В. И. Роль сельского туризма в диверсификации экономики сельских поселений // Известия Русского географического общества. 2025. Т. 157. № 4. С. 595–610. DOI: 10.7868/S3034538325040076.

9. Калинина Л. А., Томсон И. А. О методическом подходе к исследованию предложения услуг сельского туризма // АПК: экономика, управление. 2023. № 2. С. 81–86. DOI: 10.33305/232-81.

10. Кремлева В. В., Курбанова У. А., Дудина О. И., Шапоров Ю. В. ESG трансформация и стоимость бизнеса компании // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 7–2. С. 297–302. DOI: 10.17513/vaael.3596.

11. Куликова Е. С., Молокова Е. Л. Критерии оценки интернет-сайтов сельских территорий: сравнительный анализ российских и зарубежных примеров // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 8–1. С. 92–101. DOI: 10.17513/vaael.3627.

12. Новикова Н. В., Гончарова М. Н., Лыжин Н. В. Урбанизация и конкуренция за землю: экономические последствия для сельскохозяйственного производства // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2025. № 12. С. 156–162. DOI: 10.31442/0235-2494-2025-0-12-156-162.

13. Пашков С. В., Мажитова Г. З. Агротуризм как альтернативная форма развития сельских территорий // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Науки о Земле. 2021. Т. 36. С. 75–87. DOI: 10.26516/2073-3402.2021.36.75.

14. Пьянкова С. Г., Линин В. В. Методика интеграционного пространственно-экономического анализа агротуризма в регионе // Управленец. 2025. Т. 16. № 4. С. 19–37. DOI: 10.29141/2218-5003-2025-16-4-2.

15. Самыгин Д. Ю., Иванов А. А. Территориальное размещение и стратегическое развитие агропродовольственного сектора // Известия Тимирязевской сельскохозяйственной академии. 2023. № 5. С. 115–133. DOI: 10.26897/0021-342X-2023-5-115-133.

Конфликт интересов: Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: The authors declare that there is no conflict of interest.

Финансирование: Авторы заявляют об отсутствии внешнего финансирования.

Financing: The research was performed without external funding.