



Полноправные люди.
Устойчивые страны.

ПРОЕКТ ДОКУМЕНТА

Стратегия развития туристской дестинации «Земля Мицкевича» (территория Новогрудского района)

Стратегия разработана при поддержке проекта USAID «Местное предпринимательство и экономическое развитие», реализуемого ПРООН и координируемого Министерством спорта и туризма Республики Беларусь

Содержание публикации является ответственностью авторов и составителей и может не совпадать с позицией ПРООН, USAID или Правительства США.

Минск, 2013

Оглавление

Введение.....	3
1. Анализ потенциала туристской дестинации.....	5
1.1. Природно-экологический потенциал	5
1.2. Культурный потенциал	6
1.3. Социально-экономический потенциал.....	9
1.4. Потенциал государственно-частного партнерства.....	10
1.5. Анализ потребителей туристских продуктов.....	12
1.6. Анализ туристских предложений.....	14
1.7. Правовые условия развития экотуризма в дестинации.....	16
2. Видение развития туристской дестинации.....	18
3. Стратегические цели и ожидаемые результаты развития туристской дестинации до 2020	19
3.1. Ключевые группы потребителей.....	20
3.2. Туристские продукты	21
3.3. Продвижение туристской дестинации.....	24
3.4. Привлечение инвестиций на развитие дестинации.....	25
4. Защита экосистемы и культурного наследия	26
5. Управление туристской дестинацией	28
Схема управления дестинацией «Зямля Міцкевіча».....	29
6. Оценка рисков.....	30
7. План первоочередных действий до 2015 года и.....	32
на перспективу до 2020 года	32
Приложения.....	35
Приложение 1. Особо охраняемые природные территории региона	35
Приложение 2. Объекты историко-культурного наследия	37
Приложение 3. Перечень действующих музеев, домов ремесел	40
Приложение 4. Носители нематериального культурного наследия	41
Приложение 5. Перечень организуемых культурных событий	42
Приложение 6. Перечень средств размещения туристов.....	45
Приложение 7. Перечень объектов общественного питания.....	45
Приложение 8. Перечень нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность в сфере агроэкотуризма на территории Республики Беларусь	45
Приложение 9. Потенциальные источники финансовой поддержки бизнеса в сфере экотуризма.....	48

Введение

Организация процесса стратегического планирования туристской дестинации «Зямля Міцкевіча» осуществлялась в рамках проекта USAID «Местное предпринимательство и экономическое развитие», реализуемого Программой развития ООН. Целью проекта является повышение роли частного сектора в экономике Брестской и Гродненской областей и в туристском секторе Республики Беларусь.

При разработке Стратегии развития дестинации эксперты пользовались следующими понятиями:

Экологический туризм (выдержка из Квебекской декларации по экотуризму, 2002): «экотуризм строится на принципах устойчивого туризма с учетом его воздействий на экономическую, социальную и природную среду. Экотуризм включает в себя следующие специфические принципы, которые отличают его от более широкой концепции устойчивого туризма:

- активное содействие сохранению природного и культурного наследия;
- привлечение местных и коренных сообществ к планированию, развитию и осуществлению экотуристской деятельности, которая способствует повышению их благосостояния;
- разъяснение туристам значения природного и культурного наследия посещаемых турцентров;
- направленность на индивидуальных путешественников и организованные туристские группы небольшого размера».

Дестинация: локальный регион, представляющий собой цель туристских путешествий, обладающий необходимой инфраструктурой для размещения, питания, развлечений, познавательной и оздоровительной деятельности, являющийся субъектом конкуренции на рынке въездного туризма и стратегическим объектом предпринимательства.

Туристская дестинация «Зямля Міцкевіча» определена границами Новогрудского района Гродненской области, представляет собой цель туристских путешествий, обладает инфраструктурой для размещения, питания, развлечений, познавательной и оздоровительной деятельности, является субъектом конкуренции на рынке туризма и стратегическим объектом предпринимательства.

Основными целями создания Стратегии туристской дестинации являются:

- повышение эффективности использования туристского потенциала Новогрудского района;

- сохранение традиционной социокультурной среды и повышение ее экономической ценности путём стимулирования агроэкотуристической активности местного населения;
- сохранение культурного наследия Новогрудского района и его активное вовлечение в туристское использование;
- сохранение природного ландшафта, биологического разнообразия флоры и фауны Гродненской области в ходе его использования в целях организованного туризма;
- создание условий для реализации инвестиционных проектов, обеспечение притока инвестиций и создание новых рабочих мест;
- увеличение налоговых поступлений от реализации местного турпродукта;
- повышение благосостояния и обеспечение комфортной среды проживания жителей района.

Устойчивое развитие туристской дестинации должно базироваться на согласованном, долговременном сотрудничестве всех её субъектов, в достижении выработанных совместно видении, стратегических целей и задач развития дестинации. В этом и есть предназначение данной Стратегии, разработанной совместно представителями инициативной группы по созданию дестинации «Зямля Міцкевіча». В разработке Стратегии принимали участие:

- Отдел образования, спорта и туризма Новогрудского РИК
- Туристско-информационный центр г.Новогрудка
- Районная газета «Новае жыццё»
- УК «Новогрудский историко-краеведческий музей»
- УК «Дом-музей А.Мицкевича»
- Агроусадьба «Черешля»
- Агроусадьба «Ранчо-Родео»
- КУП «Новогрудок-Тур»
- представители Любчанского, Отминовского, Щорсовского и Вселюбского сельисполкомов.

Процесс разработки Стратегии содержал в себе две рабочие встречи, целью которых было:

- формирование видения и стратегических целей развития туристской дестинации до 2020 года;
- разработка Стратегии управления и плана развития туристской дестинации до 2015 года.

Уточнение различных аспектов стратегии проходило в рамках индивидуальных консультаций эксперта проекта с представителями дестинации.

В рамках данных встреч представители дестинации совместно с экспертом проекта сформировали видение дестинации, определили стратегические цели и задачи развития дестинации, определили институциональный орган управления и разработали первоочередной план развития дестинации.

1. Анализ потенциала туристской дестинации

1.1. Природно-экологический потенциал

По разнообразию природных ландшафтов Новогрудский район один из самых примечательных в Беларуси. Рельефная мозаика очень богата (глубина расчленения рельефа до 50-60 м/км²).

Новогрудчина отличается не только мозаичным рельефом, но и самым грандиозным для южной и западной Беларуси перепадом высот – 250 метров (от высшей точки в райцентре до уреза Немана – 118 м.н.у.м, и это на протяжении всего 22 км). Рельеф местности официально считается рекреационно-туристским достоинством по официальным оценкам. Новогрудчина – наиболее возвышенный район на юге и западе Беларуси.

В райцентре находится высшая точка Гродненской области – гора Замковая (323 м н.у.м.). Здесь же находится и самый высокий в нашей стране пункт Дуги Струве (наследие человечества ЮНЕСКО).

Новогрудчина – это зона с максимальным количеством осадков и количеству дней с туманами для территории Беларуси.

Благодаря своему высотному положению Новогрудчина среди всех районов Беларуси в наибольшей степени принимает на себя «дыхание» Атлантического океана и Гольфстрима.

Нужно отметить, что природно-ландшафтная красота Новогрудчины известна широко за границами Беларуси. Поэт Адам Мицкевич часто в своих поэтических произведениях упоминал озеро Свитязь, холмы и долины этого края, его творческое наследие переведено на все основные языки мира. Плодородные земли, комфортная подорожная местность и одновременно близкое расположение дремучих, труднопроходимых мест (ольсов и пущ), выгодное «геополитическое» положение и ряд других природных факторов

сыграли существенное значение для Новогрудчины как исторического форпоста государственности и этнической консолидации.

Основными особенностями природно-экологического потенциала дестинации, определяющими характер Стратегии развития туризма являются:

- Новогрудский район характеризуется богатым и многообразным природным потенциалом, сконцентрированным в долине реки Неман;
- ландшафтный потенциал дестинации создаёт её природную уникальность, а хозяйственная специфика способствует развитию агротуризма в непосредственных формах: отдыха в сельской местности среди традиционной застройки, полей, огородов;
- гидрография Новогрудского района является оптимальной для организации рыболовства и ряда форм околотоводного туризма.

Современный комплекс заказников и памятников природы Новогрудского района в целом самодостаточен для широкого спектра экотуристской деятельности.

В рамках процесса разработки Стратегии эксперты дестинации выделили следующие направления использования и развития туристско-природного потенциала в качестве приоритетных:

- сохранение и вовлечение в природоохранный фонд и агротуристскую среду старинных парков, садов и их фрагментов;
- развитие водных и околотоводных форм туризма в руслово-террасной полосе р.Нёман и озера Свитязь;
- развитие исторических реминисценций на основе природно-ландшафтной специфики региона и возможностей международного сотрудничества.

1.2. Культурный потенциал

На территории дестинации расположено 82 объекта историко-культурного наследия. Из них 12 объектов находится в жилом фонде, 4 объекта находятся в зоне строительных работ, 1 объект утрачен из-за пожара; 2 объекта законсервированы.

15 объектов историко-культурного наследия выкуплено индивидуальными предпринимателями, на которых проведен частичный ремонт зданий за счет финансовых средств новых собственников. В стадии завершения находится изготовление научной документации по выкупленным объектам.

Ко всем объектам экскурсионного показа имеется транспортная доступность и незначительное информационное обустройство (указатели и информационные листки (таблички) к объектам показа в историко-краеведческом музее, Новогрудском замке). Большинство объектов историко-культурного наследия включены в туристско-экскурсионные маршруты «Дорога замков», «Шляхам А. Мицкевича», «Архитектурные дворцы», памятники Мира и Новогрудка, «Усадьбы, дворцы, замки» и др.

Наиболее плодотворно в туристском направлении работает Новогрудский историко-краеведческий музей, который вводит в практику договорную работу с турфирмами, детско-юношескими центрами туризма и экскурсий (г. Ганцевичи). Музей использует возможности анимаций, музейных выставок и занятий с посетителями. Подключены к обслуживанию туристов и УК «Дом-музей А. Мицкевича», музей в д. Черешля, историко-краеведческий музей Любчанского края (пос. Любча), народный музей в Валевской средней школе. Услугами музеев в разной степени пользуются и 15 агроусадеб дестинации.

Основными особенностями культурно-исторического потенциала дестинации, определяющими характер Стратегии развития туризма являются:

- многие объекты культурно-исторического потенциала уже включены в существующие туристические маршруты, однако следует обратить внимание на специфику продвижения дестинации, которая предполагает основной акцент на привлечение целевых сегментов;

- необходима более эффективная координация и сотрудничество агроусадеб и объектов культуры;

- необходимо многоязычное информационное обустройство на приоритетных к туристскому осмотру объектах: указатели, информационные стенды, графики анимационных мероприятий, ценовая информация, информация по гиду-переводчику, сувенирная информация, картосхемы с контактными данными, в том числе и по 15 агроусадьбам с кратким изложением оказываемых, применительно к объекту, услугам.

В рамках работы над разработкой Стратегии эксперты дестинации выделили следующие приоритетные направления развития культурно-исторического потенциала:

- более глубокая интеграция музеев, Центра ремёсел, субъектов туризма через мероприятия, агроусадеб и туристских предприятий;

- использование культурно-исторического потенциала, наследия Адама Мицкевича, наследия местной польской и еврейской общин, с целью ориентации на приоритетные для дестинации сегменты туристов

- более интенсивный обмен информацией между субъектами дестинации и предоставление информации на языках целевых туристских сегментов.

1.3. Социально-экономический потенциал

Численность населения региона дестинации на 01.01.2013 составляет 47,0 тыс. человек, в т.ч. г. Новогрудок – 29,1 тыс., г.п. Любча – 1,1 тыс. жителей. На территории дестинации отмечается характерная в целом для Беларуси сложная демографическая ситуация (особенно в сельской местности): превышение смертности над рождаемостью, депопуляция, старение населения. Согласно оценкам отечественных демографов (Антипова Е.А., 2008), Новогрудский район относится к зоне «значительного разуплотнения сельского населения», что выражается в неблагоприятных проявлениях демографических процессов: уровне естественной убыли сельского населения выше среднего по стране, низкой густоте сети сельских поселений, низкой плотности сельского населения и др. Указанные обстоятельства привлекают внимание к возможной роли туризма как важного фактора устойчивого социально-демографического и экономического развития региона.

Национальный состав населения Новогрудского района характеризуется явным преобладанием коренной нации (белорусы – 89,3 %), относительно низким для Гродненской области удельным весом поляков (4,3 %), примерно равным доле русских (4,5 %), а также исторически обусловленной повышенной долей татар (0,5 %).

Сектор средств размещения в сфере агроэкотуризма в дестинации в настоящее время представлен 8 действующими субъектами (4 из них – участники инициативной группы) общей вместимостью 60 мест, что является относительно низким показателем и не соответствует богатому природному и культурному наследию региона. Сектор услуг агроэкотуризма в дестинации имеет существенный потенциал дальнейшего количественного и качественного роста.

Согласно статистическим данным за 2012 г., в гостиницах и аналогичных средствах размещения Новогрудского района в 2012 г. принято 7755 чел., в т.ч. граждан Республики Беларусь – 6755.

Основные особенности социально-экономического состояния региона, влияющие на Стратегию развития дестинации:

- недостаточная развитость предложения услуг размещения ограничивает возможности роста туристских потоков;

- кратковременный «транзитный» вариант посещения дестинации абсолютным большинством туристов и экскурсантов, что существенно снижает экономический эффект от развития туризма.

Эксперты дестинации определили следующие приоритетные направления развития экономических активов и инфраструктуры:

- увеличение возможностей рассредоточенного размещения и питания, что будет способствовать равномерному развитию дестинации;
- целевыми сегментами дестинации будут являться граждане Республики Польша, Израиля, Литовской Республики и Республики Беларусь;
- чрезвычайно важно создать устойчивый годовой календарь развлекательных событий, который позволит осуществить эффективное продвижение дестинации.

1.4. Потенциал государственно-частного партнерства

Кластер дестинации «Зямля Міцкевіча» можно отнести к типу «зарождающийся кластер» (emerging cluster). В нем есть критическая масса потенциальных участников, но взаимодействие, коммуникации между ними и кооперация требуют системного подхода для повышения эффективности.

Заявителем в конкурсе по отбору дестинаций стал отдел физической культуры спорта и туризма Новогрудского районного исполнительного комитета. Большинство инициатив по развитию туризма в дестинации исходят от активных сотрудников райисполкома. На начальном этапе развития кластера ведущая роль местных органов власти в нем сохранится. При их непосредственном участии будет осуществляться деятельность по управлению и маркетингу в кластере.

В процессе развития и по мере вовлечения в кластер новых игроков туристического рынка (хозяева усадеб, фермеры, музеи, центр ремесел, турфирмы и т.п.) и при условии способности к созданию единой команды в кластере может возобладать новый подход – кооперативный. В результате этого подхода будут сформированы партнерские отношения, и местные органы власти станут одним из участников кластера, передав инициативу управления инициативной группе кластера.

Данная дестинация включает в себя территории Любчанского, Щорсовского, Отминовского, Вселюбского сельских советов и г. Новогрудок. Данная территория обладает определенным потенциалом, который требует осмысления, оценки и особой подачи.

Анализ «туристической потребительской цепочки» демонстрирует наличие всех необходимых звеньев в дестинации. Здесь есть 9 агроусадб, дом охотника, гостиницы в г. Новогрудок, кафе и рестораны, туристско-информационный центр, туристическая фирма «Новогрудок-тур», Новогрудский историко-краеведческий музей, дом-музей Адама Мицкевича, музей еврейского сопротивления, краеведческий музей Любчанского края, Биатлонно-спортивный комплекс, Центр ремесел в Новогрудке и др. Перечисленные субъекты хозяйствования могут обеспечить формирование и продвижение турпродукта в дестинации. Однако, перечисленные субъекты размещены не равномерно и сосредоточены главным образом в Новогрудке. Для развития дестинации необходимо некоторое «выравнивание» инфраструктуры.

В данной дестинации в настоящий момент нет структуры, которая могла бы обеспечить управление кластером.

Основные направления укрепления потенциала государственно-частного партнёрства в дестинации:

- следует изменить название дестинации, в связи с тем, что существующее слишком громоздко;
- следует сформировать орган управления дестинацией в форме общественного совета, общественной организации либо коммерческой структуры; наиболее перспективным вариантом является создание органа в виде общественной организации, в связи с возможностью быть реципиентом безвозвратной финансовой помощи.

В процессе работы по разработке Стратегии эксперты дестинации выработали следующие приоритеты в области управления дестинацией и частно-государственного партнёрства:

- изменение названия дестинации в связи с тем, что существующее название «Сцежкамі Любчанскага края» является чрезмерно длинным, сложным для перевода и труднозапоминаемым. В процессе работы инициативной группы было предложено новое название дестинации - «Зямля Міцкевіча»;
- усиление коммуникации посредством создания управляющего органа дестинацией;
- выравнивание инфраструктуры дестинации посредством вовлечения новых участников.

1.5. Анализ потребителей туристских продуктов

Согласно статистическим данным за 2012 г., в гостиницах и аналогичных средствах размещения Новогрудского района в 2012 г. принято 7755 чел., в т.ч. граждан Республики Беларусь – 6755.

Кроме того, количество транзитных экскурсионных туристов оценивается на 50 000 человек в год. Среди них можно выделить посетителей Новогрудского дома-музея А.Мицкевича – почти 23 000 человек в год и Новогрудского историко-краеведческого музея – более 10 000 человек в год.

В дестинации функционирует ГЛХУ «Новогрудский лесхоз». В 2011 г. сотрудниками охотхозяйства проведено 12 охоттуров, принято 57 иностранных охотников.

Местные эксперты из числа членов инициативной группы дестинации проанализировали потребителей туристского продукта дестинации и выделили 5 основных сегментов потребителей турпродукта дестинации: организованные посетители экскурсионных маршрутов, индивидуальные посетители из России, индивидуальные посетители из Польши, путешествующие с семьями, прочие посетители. Удельный вес туристов, осуществляющих хотя бы один ночлег в дестинации, и лояльных посетителей в структуре основных сегментов представлен в таблице 1.

Таблица 1. Анализ сегментов потребителей дестинации

Сегмент потребителей	1 и более ночлегов	Лояльные посетители (повторно посещающие дестинацию)
1.Организованный экскурсионный туризм	10%	0%
2.Туристы из России и стран «ближнего зарубежья»	20%	10%
3.Туристы из Польши и «дальнего зарубежья»	30%	15%
4.Семейный туризм	90%	50%
5. Прочие (в т.ч. охота и рыбалка)	20%	0%

Основные выводы анализа потребителей туристских продуктов:

Наибольшей продолжительностью пребывания в сочетании с высоким уровнем лояльности являются следующие сегменты:

- семейные туристы;
- туристы из Польши и дальнего зарубежья;
- туристы из России.

Сегмент организованных, экскурсионных туристов, посещающих дестинацию транзитом составляют в основном граждане Республики Беларусь. В связи с этим представляется целесообразным проведение широкой информационной кампании, направленной на данный сегмент, с целью увеличения индивидуальных и семейных туристов – граждан Республики Беларусь. Точкой проведения данной кампании может стать город Новогрудок и его основные объекты, прежде всего музеи, которые являются целевыми объектами подавляющей части данного сегмента.

1.6. Анализ туристских предложений

В рамках рабочих встреч эксперты дестинации определили основные виды туристских предложений, формирующих единый турпродукт.

Основными видами турпредложений в туристской дестинации являются:

- экскурсионный туризм;
- ностальгический туризм польской и еврейской тематики;
- индивидуальный туризм в п. Любча;
- отдых в сельской местности (уход от городской суеты и семейный отдых);
- активный самостоятельный отдых (водный туризм, велотуризм и рыбалка).

Эксперты дестинации охарактеризовали основные турпродукты по степени их соответствия развитию инфраструктуры и наличию необходимых предпосылок для успешного развития.

Экскурсионный туризм (познавательный туризм транзитного экскурсионного потока):

- недостаток либо отсутствие визуального материала и информации;
- недостаточное качество и количественное предложение услуг проживания и питания;
- недостаточная включенность территории Новогрудского замка в маршруты;
- малая включенность в турмаршруты местностей вне Новогрудка;
- слабое использование событийного продвижения дестинации.

Ностальгический туризм польской и еврейской тематики:

- недостаточно материалов на английском и польском языках;
- малое количество мест проживания и недостаточный комфорт;
- недостаточное количество мест питания, многие из которых часто бывают заняты в связи с торжественными событиями;
- отсутствие сувенирной продукции в Туристско-информационном центре;
- отсутствует послепродажное обслуживание.

Индивидуальный туризм в п. Любча:

- отсутствие информации об услугах и местности, а также отсутствие указателей на дорогах;
- отсутствие пункта питания соответствующего качества;
- отсутствие мест проживания;
- отсутствие транспорта на месте - проезд до места и назад только на междугородном автобусе, отсутствие такси;
- отсутствие услуг проката.

Отдых в сельской местности (уход от городской суеты и семейный отдых):

- отсутствие транспорта на месте;
- недостаточная информация об услугах;
- недостаточное количество мест проживания;
- недостаточное качество питания на месте.

Активный самостоятельный отдых (водный туризм, рыбалка и велосипедный туризм):

- недостаточно информации вдоль берега р.Неман;
- недостаточное количество мест размещения и питания;
- отсутствие интернета на месте;
- неэффективность общественного транспорта;
- низкое качество дорог Черешля-Плисса-2 и Любча-Вересково-Вселюб;
- недостаточное количество велосипедов, байдарок и лыж;
- отсутствие велодорожек в г. Новогрудок;
- отсутствует послепродажное обслуживание.

Основные выводы анализа туристских предложений:

Обобщая, следует отметить неразвитость инфраструктуры на месте, что характерно для всех туристских предложений. Также существенным недостатком является отсутствие информации о туристских предложениях, как в Новогрудке, так и в местах реализации услуг на всей территории дестинации. Неразвит событийный маркетинг и послепродажное обслуживание клиентов, что препятствует укреплению лояльности посетителей. Отмеченные недостатки могут быть ликвидированы в рамках реализации данной Стратегии, однако условием для развития инфраструктуры является привлечение внешних инвестиций, в чём ведущую роль должны сыграть местные власти.

1.7. Правовые условия развития экотуризма в дестинации

Основным документом, регулирующим вопросы организации агроэкотуризма, является Указ Президента Республики Беларусь № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь». Указ задаёт основные правила и рамки деятельности субъектов агроэкотуризма.

В соответствии с Указом деятельность физических лиц в сфере агроэкотуризма не считается предпринимательской. Осуществлять деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма вправе физические лица, постоянно проживающие в сельской местности, малых городских поселениях и ведущие личное подсобное хозяйство, а также сельскохозяйственные организации.

Указ определяет обязательные условия, при которых субъекты агроэкотуризма могут осуществлять деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, условия регистрации и ведения деятельности, перечень услуг, которые могут оказываться, ответственность субъектов агроэкотуризма за нарушения положений Указа.

Перечень услуг согласно Указу, которые могут оказывать субъекты агроэкотуризма:

- предоставление не более десяти жилых комнат для размещения агроэкотуристов. Использование более десяти комнат признаётся предпринимательской деятельностью и регулируется соответствующим законодательством;
- обеспечение агроэкотуристов питанием (как правило, с использованием продукции собственного производства);
- организация познавательных, спортивных и культурно-развлекательных экскурсий и программ;
- иные услуги, связанные с приёмом, размещением, транспортным и иным обслуживанием агроэкотуристов.

Сопутствующие нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность в сфере агроэкотуризма на территории Республики Беларусь:

- Налоговый кодекс Республики Беларусь - плательщики в части доходов (прибыли, выручки), полученных от осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, освобождаются от уплаты налогов, сборов (пошлин) (статья 323 Налогового кодекса Республики Беларусь (Особенная часть));

- Разъяснения по вопросу привлечения рабочей силы субъектом агроэкотуризма (физическим лицом) (письмо совместное Министерства спорта и туризма Республики Беларусь, Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь и Министерста по налогам и сборам Республики Беларусь от 31.05.2011 № 10-02/448/01-01-27/2562п/3-2-10/2025). Этим письмом даются разъяснения о порядке привлечения субъектами агроэкотуризма (физическими лицами) работников по трудовым и гражданско-правовым договорам; порядке налогообложения доходов и уплаты обязательных страховых взносов с выплат, начисленных в пользу работающих по трудовым и гражданско-правовым договорам.

Вопросы правовой регламентации экскурсионного обслуживания отражены в тексте главы 4 «Отдельные вопросы организации экскурсионного обслуживания» Закона Республики Беларусь «О туризме». Правом проведения экскурсий, согласно действующему законодательству, обладают «экскурсоводы и гиды-переводчики, прошедшие профессиональную аттестацию, подтверждающую их квалификацию, а также работающие в организациях при проведении экскурсий в данных организациях, иные лица в соответствии с законодательными актами». В Беларуси ведется Национальный реестр экскурсоводов и гидов-переводчиков.

Учитывая особые условия деятельности объектов агроэкотуризма, Министерством внутренних дел Республики Беларусь были разработаны Методические указания «О порядке организации регистрации иностранных граждан и лиц без гражданства на объектах агроэкотуризма». В соответствии с данными указаниями объекты агроэкотуризма относятся к объектам гостиничного типа и самостоятельно могут осуществлять регистрацию иностранцев, прибывших с туристическими целями.

Перечень нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность в сфере агроэкотуризм на территории Республики Беларусь, приведен в Приложении 8.

2. Видение развития туристской дестинации

Видение – это желаемый образ дестинации, в результате реализации данной Стратегии до 2020 года, сформированный совместно участниками дестинации и экспертами проекта в рамках рабочих встреч.

«Зямля Міцкевіча» является устойчивой туристской дестинацией соединяющей красоту природы, воспетую Мицкевичем с её романтической историей. Более 20 тысяч посетителей ежегодно останавливаются в дестинации. Еженедельно тысячи гостей и местных жителей становятся свидетелями уникальных мероприятий, среди которых реконструкции шляхетского быта, музыкальные и поэтические встречи. «Зямля Міцкевіча» примет и разместит каждого, кто неравнодушен к её ландшафтам, памятникам и духу, передаваемому из поколения в поколение.

Посещая дестинацию туристам предлагается комплексный, разносторонний турпродукт. Субъекты дестинации действуют как единый организм, координируя свои действия и помогая друг другу. О каждой услуге можно узнать, находясь в любой точке дестинации. Таким образом, они создают ту добавленную стоимость, источником которой является сотрудничество и взаимодействие внутри кластера.

Культурное наследие кластера сохранено, а где необходимо восстановлено. Все субъекты дестинации имеют достаточный объём знаний, чтобы индивидуально провести экскурсию по дестинации, и таким образом взаимозаменяемы в разных ситуациях, а также формируют общую атмосферу в дестинации.

Природно-ландшафтный потенциал дестинации является одним из важных достоинств. Инвестиции, привлечённые в дестинацию, позволили сберечь природу и использовать её красоту для создания глубоких впечатлений у туристов. Посетитель дестинации всегда может рассчитывать на здоровое питание продуктами, произведёнными в дестинации. Водные и велосипедные маршруты позволяют, с одной стороны, достичь рекреационного эффекта, с другой, познать историю «Зямлі Міцкевіча».

Информационная инфраструктура и продвижение дестинации осуществляются в многоязычном режиме. Сайт дестинации постоянно обновляется, информируя потенциальных туристов о новых услугах, возможностях и событиях в дестинации. Информационные щиты и указатели не дадут заблудиться, а дороги не являются препятствием для хорошего отдыха.

Особенно полюбили «Зямлю Міцкевіча» туристы из Польши и Израиля. Если ранее они обычно посещали дестинацию в течение одного дня, то после серьёзного развития инфраструктуры, в их распоряжении оказались хорошие места размещения и питания. Всё это сделало из данного сегмента чрезвычайно лояльных гостей дестинации, посещающих регион.

3. Стратегические цели и ожидаемые результаты развития туристской дестинации до 2020

Стратегическими целями развития дестинации «Зямля Мицкевича» до 2020 года являются:

А. Создание и совершенствование системы управления дестинацией и информирования посетителей и потенциальных потребителей турпродукта дестинации;

Б. Обеспечение притока дополнительных финансовых средств в дестинацию на развитие инфраструктуры;

В. Увеличение количества рассредоточенных коллективных средств размещения в дестинации;

В соответствии с определёнными стратегическими целями были сформулированы задачи, решение которых приведёт к необходимым результатам:

Для реализации цели А:

- создание управляющего органа дестинации в виде общественного объединения;
- создание многоязычного сайта дестинации, разработка и публикация многоязычных информационных материалов, создание групп в социальных сетях и т.п.

Для реализации цели Б:

- увеличение количества посетителей, осуществляющих хотя бы одну ночевку в дестинации, до 25 000 человек в год;
- увеличение оборота от обслуживания туристов до 1,3 млн. долларов США в год;
- привлечение внешних инвестиций из частных и внебюджетных источников до 500 тысяч долларов в год.

Для реализации цели В.:

- увеличение вместимости средств размещения до 250 мест.

3.1. Ключевые группы потребителей

Ключевыми сегментами потребителей, за счёт которых будет происходить увеличение количества размещённых в дестинации туристов, являются:

- граждане Республики Беларусь: семейные туристы и туристы из восточных областей страны;
- групповые, семейные и индивидуальные туристы из России;
- туристы из Республики Польша, которые ориентированы на ностальгический и религиозный тип программы;
- туристы из Израиля, ориентированные на ностальгический и религиозный тип программы;

По последним статистическим данным, в дестинации услугами средств размещения пользуется около 8000 человек в год. Увеличение данного показателя до 20000 человек планируется достигнуть в следующей пропорции:

Страна	Количество туристов, чел/год
Республика Беларусь	9000
Российская Федерация	6000
Республика Польша	4000
Израиль	1000

Объём потенциального оборота в отрасли рассчитывался исходя из показателя средних расходов посетителя дестинации, которые составляют 50 долларов в сутки. Исходя из данного показателя, можно прогнозировать достижение оборота в 1,3 млн. долларов США в год, в качестве реалистичной цели.

Ключевые потребности ключевых групп посетителей дестинации:

- потребность в отдыхе на природе, вдали от городской суеты, вместе с семьёй;
- потребность в посещении исторических мест и объектов паломничества посетителями из Польши и Израиля;
- потребность в активном (водном, велосипедном и конном) туризме.

3.2. Туристские продукты

В дестинации доминируют два тематических турпродукта: активный отдых (водный, велосипедный и конный) и познавательный туризм, связанный с наследием Адама Мицкевича. В стратегической перспективе необходимо придать услугам активного туризма содержательную составляющую, связанную с творчеством Адама Мицкевича и его временем. Это может выражаться в элементах интерьера, одежде, кухне, музыке, присутствующих на агроусадебках. Таким образом, будет создана целостная атмосфера, согласованная с брендом дестинации. Также целесообразно выделить из активного туризма, продукт под названием «Семейный отдых на природе» для сегмента семей.

Познавательный туризм, тематически связанный с краем и наследием Адама Мицкевича

В рамках данного турпродукта предполагается разработка и реализация туристического маршрута «Земля «Пана Тадэуша», по мотивам известного произведения Адама Мицкевича, непосредственно связанного с территорией дестинации. Маршрут будет пролегать через следующие пункты: оз. Свитязь – д.Валевка – д.Тугановичи – д.Корчова – д.Щорсы – г.Новогрудок. Уже в данный момент маршрут может обслуживаться на русском, белорусском и польском языках. В перспективе необходимо обеспечить его обслуживание на английском языке. Непосредственной частью данного турпродукта является более глубокое знакомство с жизнью и творчеством Адама Мицкевича, а также с наследием воспетого им края, посредством посещения УК «Дом-музей А. Мицкевича» и Новогрудского историко-краеведческого музея.

В данный турпродукт входит также разрабатываемый туристический маршрут в районе д. Осташино «Сцежкамі млынара». В рамках данного маршрута участники знакомятся с историческим и экономическим ландшафтом «Зямлі Міцкевіча».

Особое внимание, в рамках реализации Стратегии развития дестинации, следует обратить на разработку событийной составляющей. Она позволит значительно увеличить турпоток, а также внесёт «добавленную стоимость» в турпродукт.

Турист получает в рамках реализации данного турпродукта следующие нематериальные ценности в виде знаний и впечатлений:

- имеет представление о творчестве великого польско-литовско-белорусского поэта Адама Мицкевича;

- узнаёт каким образом выглядела его эпоха (первая половина XIX века);
- знакомится с историей края, в котором вырос Адам Мицкевич;
- знакомится с историко-хозяйственным ландшафтом края в рамках маршрута «Сцежками млынара»;
- участвует в событийных мероприятиях, связанных с «Зямлём Міцкевіча», и таким образом получает ощущение сопричастности;
- через сопричастность увеличивается степень лояльности клиента, который желает поучаствовать в событиях ещё раз.

Туризм активного отдыха

Основным элементом данного турпродукта является зелёный маршрут «Сцежками Любчанскага края» на базе а/у Черешля. Общая протяжённость четырёх ветвей зелёного многофункционального маршрута составляет более 90 км и проходят они вдоль рек Неман и Плиса. Главная ось маршрута объединяет а/г Любча, Щорсы, Отминово и Вселюб. Перемещаться между населёнными пунктами туристы могут на велосипедах и байдарках по реке Неман, дополняя маршрут локальными пешими экологическими тропами.

Дополнительно к данному маршруту предлагаются услуги а/у «Ранчо-Родео», которое предоставляет возможность обучения езде на лошадях, охоты и рыбалки. Также в распоряжении имеется гужевая повозка, возможна аренда снаряжения, велосипедов и байдарок.

В результате реализации данного турпродукта, турист получает следующие нематериальные ценности в виде знаний, умений и впечатлений:

- знакомится с природным богатством и красотой ландшафтов края;
- получает навыки перемещения на байдарках, лошадях и велосипедах;
- находится на экологически чистой территории и потребляет экологически чистую продукцию;
- знакомится с народными промыслами и ремёслами;
- знакомится с наследием Великого Княжества Литовского и Речи Посполитой;
- участвует в событийных мероприятиях.

Как уже отмечалось в рамках данного турпродукта необходимо предусмотреть усиление акцента на эпоху и события Адама Мицкевича, с целью создания целостной атмосферы в дестинации. Это может быть осуществлено посредством обращения к периоду войны 1812 года, в реконструкции событий которой могут быть задействованы природные ресурсы дестинации, услуги, предлагаемые в рамках данного турпродукта.

Разработка сценария событий, внешнего антуража, одежды и кухни будут частью плана мероприятий дестинации до 2015 года.

Семейный отдых на природе

Несмотря на то, что данный турпродукт не был явно представлен до сего дня в дестинации, целесообразно его выделение, в связи с обслуживанием перспективного лояльного сегмента. Базой для данного продукта были бы те же агроусадьбы, что и для активного туризма. Спецификой данного турпродукта должны быть более широкие возможности для досуга детей, специальные программы для детей, скидки для детей и т.п.

3.3. Продвижение туристской дестинации

Продвижение туристской дестинации будет осуществляться, используя ее уникальный образ, логотип, слоган, при помощи событийного маркетинга, интернет-продвижения и дистрибуции многоязычных информационных материалов. Избранные инструменты являются в достаточной степени эффективными и не требуют больших капиталовложений.

В рамках рабочих встреч участники дестинации определили в качестве названия дестинации: **«Зямяля Міцкевіча» / «Земля Мицкевича».**

Избранный слоган дестинации: **«Зямяля, апетая Міцкевічам!» / «Земля, воспетая Мицкевичем!»**

Логотип дестинации будет разработан в рамках первого этапа реализации Стратегии. В качестве идей для логотипа, участники дестинации договорились о следующем: **«На логотипе должен присутствовать профиль Адама Мицкевича, могут быть также руины Новогрудского замка и река, символизирующая реку Неман».**

Целями продвижения дестинации являются:

- формирование узнаваемости дестинации;
- увеличение размещаемого в дестинации туристского потока;
- формирование цельного образа дестинации.

Инструментами продвижения дестинации являются:

- событийный маркетинг: посредством привлечения креативных исполнителей, дестинация планирует достичь к концу периода планирования, показателя в 20 высококачественных событий в год;

- интернет-продвижение дестинации: посредством создания многоязычного веб-сайта «Зямля Міцкевіча», создания событий в facebook, vkontakte и иных социальных сетях;
- дистрибуция многоязычных информационных материалов в виде буклетов, информационных листовок, бюллетеней, визиток и пр.;
- установка стационарных многоязычных информационных щитов и указателей.

В соответствии с избранными перспективными сегментами, особое внимание будет обращено на создание и распространение материалов на польском и английском языках.

3.4. Привлечение инвестиций на развитие дестинации

Привлечение инвестиций является одной из стратегических целей развития дестинации. Предусматривается привлечение инвестиций из внешних и внутренних источников, частных и государственных средств.

Инвестиции в инфраструктуру традиционно обеспечивают органы власти, поскольку они должны быть наиболее заинтересованы в развитии территории за счёт туризма. Инфраструктура является исходным базисом, который позволит развиваться субъектам хозяйствования, агроусадьбам и общественным организациям. Понятие инфраструктура также охватывает сегмент стационарных инструментов продвижения и информирования, т.е. многоязычные информационные щиты, указатели и т.п.

Сегодня ситуация в дестинации такова, что инвестиции из государственных источников составляют всего 10 млн. рублей ежегодно (немногом более 1000 долларов США). В Стратегии был принят целевой показатель, при котором 20% вложенных государственных средств должны привлечь 80% внешних средств. Это означает, что заданная Стратегией цель по привлечению 500 тыс. долларов внешних инвестиций ежегодно потребует более 100 тыс. долларов собственных вложений в инфраструктуру.

Источником привлечения внешних инвестиций в дестинацию могут быть следующие категории:

- владельцы бизнесов, желающие расширять, развивать свой бизнес на территории дестинации;
- международные программы технической помощи и сотрудничества.

Внутренние инвестиции осуществляются из бюджетных средств. Такое взаимодополнение и есть реализацией государственно-частного партнёрства.

Значение «третьего сектора» - общественных организаций, особенно проявляется в международных программах сотрудничества и технической помощи.

В Приложении 9 представлены некоторые возможные источники получения финансовой поддержки на момент написания Стратегии.

4. Защита экосистемы и культурного наследия

С целью защиты экосистемы и культурного наследия и с учетом приоритетов развития основного туристского продукта дестинация будет концентрировать свои усилия в следующих направлениях:

- обустройство доступных, безопасных и благоустроенных в санитарно-гигиеническом отношении акватории р.Неман для дальних воднотранспортных прогулок, а также объектов околотоводного отдыха;
- обустройство доступных, безопасных и благоустроенных в санитарно-гигиеническом отношении ландшафтно-привлекательных маршрутов для дальних пешеходных и велосипедных прогулок (Зеленых маршрутов);
- определение доступных и безопасных мест попутного сбора ягод, грибов, лекарственных, декоративных растений, природных сувениров на маршрутах пешеходных и велосипедных прогулок, трассах воднотранспортных прогулок;
- маркировка на местности туристски значимых объектов, размещение подробных информационных стендов на особо охраняемых природных территориях;
- обустройство доступных территорий парковки и разворота автобуса, автомашин, велосипедов, швартовки плавсредств;
- обустройство доступных территорий временного отдыха и размещения палаточного лагеря;
- обустройство доступных территорий для подвижного отдыха (теннис, волейбол, футбол, бадминтон и т.д.) с наличием санитарно-гигиенической инфраструктуры;
- формирование экологической культуры жителей района.

В рамках плана реализации мероприятий Стратегии до 2015 года предусмотрено проведение инвентаризации культурного и природного наследия. Паспорта природных объектов будут обновлены, а также предусмотрены мероприятия по их сохранению и если необходимо

восстановлению. Ответственность за проведение данных мероприятий возложена на управляющий орган дестинации, который в сотрудничестве с Новогрудским РИК реализует данную задачу.

5. Управление туристской дестинацией

Управление дестинацией возлагается на создаваемое Общественное Объединение «Зямля Міцкевіча». Членами данного общественного объединения станут все члены инициативной группы по созданию дестинации, а также наиболее активные субъекты дестинации, до сего времени не представленные в дестинации формальным образом.

В данный момент целесообразно включение в Общественное Объединение «Зямля Міцкевіча» следующих представителей:

- представителя Отдела образования, спорта и туризма Новогрудского РИК;
- представителя УК «Дом-музей А. Мицкевича»;
- представителя Новогрудского историко-краеведческого музея;
- представителя Туристско-информационного Центра;
- хозяина а/у «Черешля»;
- хозяина а/у «Ранчо-Родео»;
- хозяина а/у «Солнечный день»;
- представителей Любчанского, Щорсовского, Вселюбского, Отминовского сельских советов;
- представителей иных заинтересованных организаций и учреждений;
- индивидуальных предпринимателей дестинации;
- частных лиц, заинтересованных в развитии дестинации.

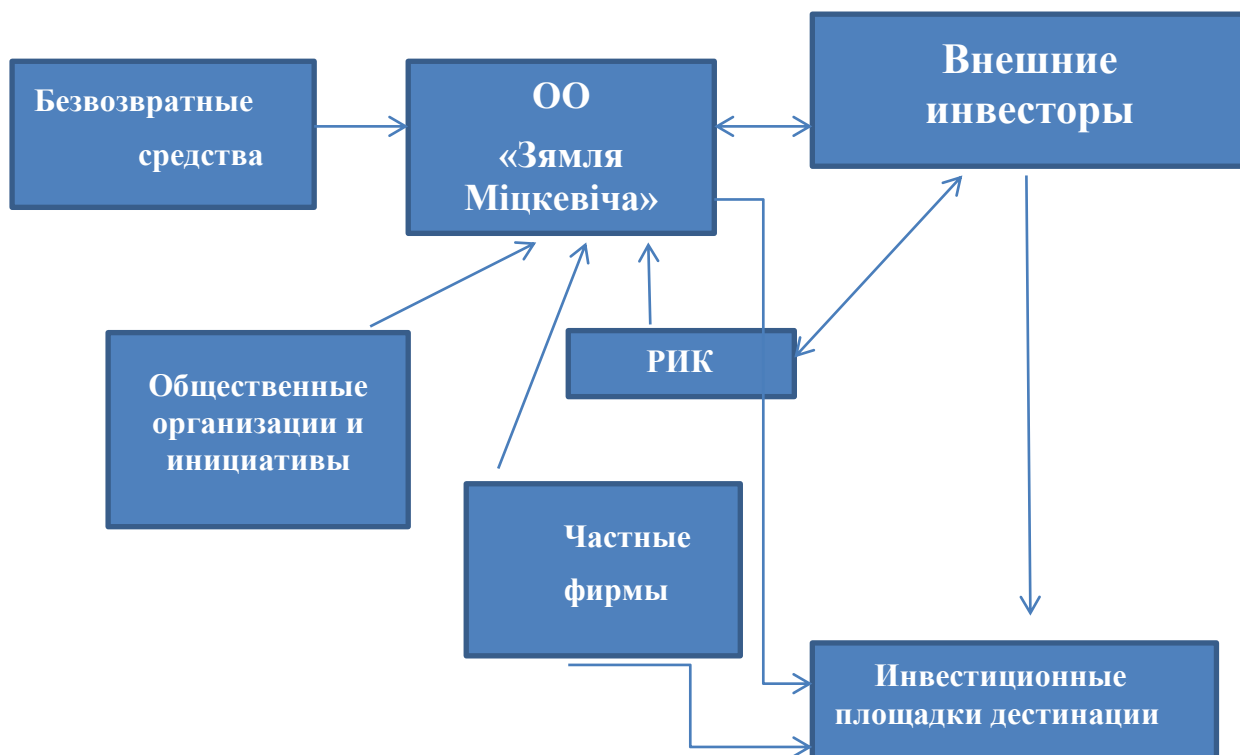
Основными принципами сотрудничества являются открытость и доверие. Целью создаваемого общественного объединения должно являться развитие дестинации «Зямля Міцкевіча». Задачи и план ближайших действий общественного объединения во многом схожи с задачами, определёнными в данной Стратегии.

На первом этапе основной задачей, которую должно решить общественное объединение после своего создания – это принятие данной Стратегии, как руководящего документа в данной отрасли, органами районной представительской и исполнительной власти в дестинации.

Общественное объединение создаёт собственный совет и исполнительный орган по принципу паритета представительства всех заинтересованных сторон, а в частности трёх основных секторов: государства, частного бизнеса и общественных организаций. Сотрудничество и

взаимодействие внутри организации осуществляется на основе устава, описанного в нём порядка и процедур.

Схема управления дестинацией «Зямля Міцкевіча»



6. Оценка рисков

Реализация Стратегии развития туристской дестинации сопряжена с рисками, которые могут препятствовать достижению желаемых результатов. Поэтому большое значение для успешной реализации Стратегии имеет прогнозирование возможных рисков и формирование системы мер по их предотвращению.

В рамках реализации настоящей Стратегии могут быть выделены следующие риски ее реализации:

1) *Административные риски*, связанные с неэффективным управлением туристской дестинацией, низкой эффективностью взаимодействия заинтересованных сторон, невыполнением заложенных в Стратегии мер, недостижением целей Стратегии.

Успех развития и продвижения дестинации в настоящее время зависит от энтузиазма участников и лидеров процесса кластерообразования. Для снижения рисков формирования устойчивой дестинации необходимо создание эффективной управленческой структуры, которая бы с одной стороны поддерживалась местным сообществом, а с другой консолидировала интересы этого сообщества в сфере развития туристского бизнеса и агроэкотуризма.

Для минимизации воздействия административных рисков в рамках реализации Стратегии планируется создание Общественного объединения «Зямля Міцкевіча», основной целью деятельности которого будет мобилизация усилий для решения стратегических задач развития экотуризма в регионе; организация регулярных совместных встреч органов власти и субъектов экотуризма по обсуждению проблем и путей их решения.

2) *Финансовые риски*, связанные с отсутствием устойчивого источника финансирования сферы туризма, что может повлечь недофинансирование, сокращение или прекращение запланированных мероприятий.

Способами ограничения финансовых рисков выступают меры по привлечению инвестиций на развитие сферы экотуризма из разнообразных источников, в частности осуществления консультативной и образовательной поддержки субъектов экотуризма по вопросам привлечения средств и грантов.

3) *Экологические риски*, связанные с возникновением отрицательных изменений в окружающей природной среде вследствие отрицательного воздействия на окружающую среду возросших туристских потоков.

Стратегия предусматривает комплекс мер по защите экосистемы и культурного наследия, в том числе посредством мер обеспечения контроля и своевременной уборки мест концентрации туристов.

4) *Кадровые риски*, обусловленные дефицитом квалифицированных работников в сфере туризма, что снижает эффективность функционирования организаций туристской индустрии и качество предоставляемых ими услуг.

Снижение влияния данной группы рисков предполагается посредством проведения обучающих курсов для специалистов сферы туризма и владельцев агроусадеб, организации обмена опытом.

5) *Правовые риски*, связанные с изменением законодательства, регулирующего деятельность в сфере агроэкотуризма. Отмена льготного режима для агроэкоусадеб может привести к существенному увеличению планируемых сроков или изменению условий реализации мероприятий Стратегии.

6) *Геополитические риски*. На развитие сферы туризма, как внутреннего так и въездного, оказывает большое влияние политическая ситуация внутри страны и в сопряженных государствах. Международные экономические и политические конфликты, их интерпретация в СМИ приводят к формированию образа Беларуси как страны, неблагоприятной для туризма, и снижению туристского потока.

Ослабление влияния данной группы рисков предполагается посредством формирования комплексной системы информирования туристов и создания положительного образа туристской дестинации как части гостеприимной Беларуси.

7. План первоочередных действий до 2015 года и на перспективу до 2020 года

№	Мероприятие	Срок реализации	Ответственный	Ожидаемые результаты
Стратегическая цель А. Создание и совершенствование системы управления и информирования в дестинации				
1.	Создание ОО «Зямля Міцкевіча»	01.12.2013	Федорчук Л.М., Отдел спорта, туризма и образования Новогрудского РИК	Создание управляющего органа дестинации
2.	Разработка логотипа дестинации	01.03.2014	Дестинация в целом, в рамках программы малых грантов	Создание инструмента продвижения дестинации
3.	Составление календаря событий	01.03.2014	ТиЦ	Создание инструмента продвижения дестинации
4.	Создание профиля дестинации на facebook и vkontakte	01.03.2014	ТиЦ	Создание инструмента продвижения дестинации
5.	Разработка макетов печатной продукции и информационных стендов	01.05.2014	Дестинация в целом, в рамках программы малых грантов	Создание инструментов продвижения дестинации
6.	Печать информационных материалов и изданий о турпродукте дестинации	01.05.2014/ 31.12.2014	Дестинация в целом, в рамках программы малых грантов	Создание инструментов продвижения дестинации
7.	Создание веб-сайта «Зямля Міцкевіча»	01.06.2014	Дестинация в целом, в рамках программы малых грантов	Создание инструмента продвижения дестинации
8.	Оборудование многоязычными информационными щитами долины р.Неман	31.12.2015	Государственное финансирование, Новогрудский РИК	Создание инструмента продвижения дестинации
Стратегическая цель Б. Обеспечение притока дополнительных финансовых средств в дестинацию на развитие инфраструктуры				
1.	Институциональная поддержка управляющего органа дестинации ОО «Зямля Міцкевіча»	31.03.2014	Дестинация в целом, в рамках программы малых грантов	Обеспечение функционирования управляющего органа дестинации
2.	Инвентаризация	01.03.2014	Новогрудский РИК,	Развитие инфраструктуры

	объектов дестинации, требующих неотложных инвестиций		ОО «Зямля Міцкевіча»	дестинации
3.	Консервация и частичное восстановление комплекса мельниц в районе д.Осташино	31.12.2015	Привлечённые инвесторы в рамках государственно-частного партнёрства, а также с привлечением безвозвратных средств международных программ сотрудничества	Восстановление исторических объектов дестинации
4.	Обустройство экологической тропы в рамках Зелёного маршрута «Сцежкамі Любчанскага края»	01.05.2015	а/у «Черешля» с привлечением безвозвратных средств международных программ сотрудничества	Создание инфраструктуры дестинации
5.	Создание «Музея млынарства» в д.Осташино	31.12.2015	Представитель маршрута «Сцежкамі млынара» с привлечением безвозвратных средств международных программ сотрудничества	Создание инфраструктуры дестинации
6.	Обустройство зоны отдыха возле оз.Песчаное (д.Черешля)	31.12.2016	Привлечённые инвесторы в рамках государственно-частного партнёрства	Создание инфраструктуры дестинации
7.	Асфальтирование дороги Любча-Вселюб	31.12.2016	Государственное финансирование, Новогрудский РИК	Создание инфраструктуры дестинации
8.	Создание эколого-развлекательного центра на оз.Свитязь	31.12.2016	Государственное финансирование, Республиканский ландшафтный заказник «Свитязянский»	Создание инфраструктуры дестинации
9.	Обустройство зоны	31.12.2016	Государственное	Создание

	отдыха возле биатлонно-спортивного комплекса д.Селец		финансирование, Новогрудский РИК	инфраструктуры дестинации
10.	Восстановление усадьбы Хрептовичей в д.Щорсы	31.12.2018	Привлечённые инвесторы в рамках государственно-частного партнёрства	Восстановление исторических объектов дестинации
Стратегическая цель В. Увеличение количества рассредоточенных мест проживания в дестинации				
1.	Увеличение количества мест проживания в а/у «Солнечный день»	31.12.2015	а/у «Солнечный день»	Увеличение кол-ва мест в дестинации на 100 мест
2.	Строительство агроэкотуристического комплекса «Плиса» (оз.Водопад)	31.12.2016	ООО «Белэкотурсервис»	Увеличение кол-ва мест в дестинации на 50 мест

Приложения

Приложение 1. Особо охраняемые природные территории региона

Заказники республиканского значения

«Налибокский», ландшафтный. Категория МСОП¹ – IV «Территория для управления местообитанием / видом».

«Новогрудский», ландшафтный. Категория МСОП – IV «Территория для управления местообитанием / видом».

«Свитязянский», ландшафтный. Категория МСОП – IV «Территория для управления местообитанием / видом».

Заказники местного значения

«Графская пуща», биологический. Категория МСОП – IV «Территория для управления местообитанием / видом».

«Вселюбский», биологический. Категория МСОП – IV «Территория для управления местообитанием / видом».

«Извенский», биологический. Категория МСОП – IV «Территория для управления местообитанием / видом».

Памятники природы республиканского значения

«Дуб-тройник «Свитязянский»», ботанический. Категория МСОП – III «Памятник природы».

«Парк «Вселюб»», ботанический. Категория МСОП – V «Охраняемый ландшафт / морской ландшафт».

«Конгломерат «Запольский-1»», геологический. Категория МСОП – III «Памятник природы».

«Конгломерат «Запольский-2»», геологический. Категория МСОП – III «Памятник природы».

«Валун «Большой камень» литовский», геологический. Категория МСОП – III «Памятник природы».

«Валун «Большой камень» плисский», геологический. Категория МСОП – III «Памятник природы».

«Валун «Запольский»», геологический. Категория МСОП – III «Памятник природы».

«Валун «Святой камень» сенежицкий», геологический. Категория МСОП – III «Памятник природы».

«Холм «Гора Пуцевичская»», геологический. Категория МСОП – III «Памятник природы».

Памятники природы местного значения

¹ МСОП – международный статус охраны природы.

«Рутковский пригорок», геологический. Категория МСОП – III «Памятник природы».

«Гора Каплица», геологический. Категория МСОП – III «Памятник природы».

«Два валуна Лукинские», геологический. Категория МСОП – III «Памятник природы».

«Большой камень Гирдовский», геологический. Категория МСОП – III «Памятник природы».

Приложение 2. Объекты историко-культурного наследия

Название	Краткая характеристика памятника (местонахождение – удаленность от районного центра, степень доступности)	Степень сохранности	Посещаемость туристами	Имеется/отсутствует инфраструктурное обустройство
<i>а)памятники истории</i>				
замок Миндовга	Г. Новогрудок. XIII—XVI вв. Сооружение Новогрудского замка относится к начальному периоду истории города. Крепостные стены и башни в течение веков модернизировались. Внутреннее пространство замка было занято постройками различного назначения. Раскопками обнаружены остатки храма, жилья, хозяйственных построек, найдены каменные фундаменты княжеского дворца. Отличная доступность.	Замок практически разрушен. Требуется реконструкция.	Основной туристский имиджеобразующий объект дестинации. Популярен среди приезжих и местных жителей как объект культурного и познавательного туризма.	Имеется инфраструктурное обустройство
замок Кишек и Радзивиллов (Любчанский замковый комплекс)	Г.п. Любча. начало XVII в. Любчинский замковый комплекс расположен на левом берегу Немана на насыпном холме площадью около 0,7 га. Территория с трех сторон очерчена рвом (шириной до 30 м и глубиной 7—10 м), а с четвертой — водами реки.	Из четырех башен замка сохранились две. Состояние главной, въездной, башни удовлетворительное, другая башня в запустении.	Популярен среди местных жителей и приезжих туристов, является важным историко-культурным объектом наследия. Один из брендовых объектов дестинации.	Имеется инфраструктурное обустройство; хорошая транспортная доступность (рейсовое сообщение или частный транспорт).
усадьба Хрептовичей	Д. Щорсы. 1770—76 гг. Дворец в Щорсах — один из ансамблей позднего барокко в Беларуси.	От дворца сохранились (частично) лишь подвалы.	Популярен у местных жителей и приезжих туристов.	Отсутствует инфраструктурное обустройство; доступность:

				рейсовое сообщение или частный транспорт.
<i>б)памятники архитектуры</i>				
костел Святого. Казимира	до 1433 г. д. Вселюб. Самый старый костел на территории современной Беларуси.	В 1986 г. костел серьезно пострадал от пожара, в 1988 г. восстановлен.	Популярен среди местных жителей и туристов. Объект культурного и познавательного туризма.	Отсутствует инфраструктурное обустройство; доступность хорошая.
костел Святого. Михаила Архангела	Г. Новогрудок.Костел возведен при монастыре доминиканцев.	Отличное состояние	Интересен как туристский объект. Популярен среди туристов.	Имеется инфраструктурное обустройство; отличная доступность
дом-музей Адама Мицкевича	Г. Новогрудок.	Отличное состояние	Популярен среди туристов. Объект культурного туризма.	Имеется инфраструктурное обустройство; отличная доступность
<i>в)природные объекты</i>				
озеро Свитязь	Д.Свитязь	-	Объект экологического туризма.	Имеется инфраструктурное обустройство
пункт геодезической Дуги Струве "Пуцевичи"	Д. Пуцевичи	-	Объект познавательного, экологического туризма.	отсутствует инфраструктурное обустройство
<i>г)памятники воинской славы и доблести</i>				
братская могила солдат 1-й мировой войны	Д. Гнесичи.	-	Является памятником сакрального туризма.	Относительно доступно, т.к. находится на кладбище.

могилы солдат 1-мировой войны	Д.Негневичи.	-	Является памятником сакрального туризма.	Отличная транспортная доступность
<i>д) объекты садово-паркового искусства</i>				
Вселюбский парк	Д. Вселюб, Ботанический парк. Отличная доступность.	Хорошее состояние	Посещаем туристами	Необходимо инфраструктурное обустройство
<i>е) объекты религиозных конфессий</i>				
костел Преображения Господнего (фарный костел)	Г. Новогрудок.Первый деревянный храм основан в 1395 г. при князе Витовте. На месте деревянного в 1723 г. возведен кирпичный храм.	Отличное состояние	Популярен среди туристов. Объект культурного и познавательного туризма.	Имеется инфраструктурное обустройство
монастырь правосл.: церковь Борисоглебская	Г. Новогрудок.Борисоглебская церковь относится к храмам, приспособленным к обороне (1519 г.). В первой половине XVII в. она была реконструирована, достроена с западной стороны и получила иной облик.	Отличное состояние	Популярен среди туристов. Объект культурного и познавательного туризма.	Имеется инфраструктурное обустройство
монастырь францисканцев: церковь св. Николая	г. Новогрудок.1434 г.Бывший францисканский костел.	Отличное состояние. Реконструкция не требуется	Популярен среди туристов. Объект культурного, познавательного, религиозного туризма.	Имеется инфраструктурное обустройство

церковь Святого Петра и Павла	д. Валевка 1736 г.	Старая колокольня не сохранилась, новая пристроена к храму в 1930-х гг. Храм был возведен в 1685 г., а в 1736 г. реконструирован.	Популярен среди туристов. Объект культурного, познавательного, религиозного туризма.	отсутствует инфраструктурное обустройство; относительная доступность
-------------------------------	--------------------	---	--	--

Приложение 3. Перечень действующих музеев, домов ремесел

Название	Краткая характеристика их специализации	Количество их экспонатов	Посещаемость туристами за год (чел.)	Наличие анимационных программ; мобильных выставок;	Степень известности (международный, национальный, региональный)	Сотрудничество с объектами туризма
А) музеи						
УК «Новогрудский историко-краеведческий музей»	г. Новогрудок. Новогрудский историко-краеведческий музей основан в 1987 году. Открыт для посещения в 1992 году.	19973	10 тыс. чел.	используются анимационные программы и выставки	региональный	Осуществляется сотрудничество с турфирмами республики
УК "ДОМ-музея Адама Мицкевича в Новогрудке"	г. Новогрудок. Открыт в 1990г. В 5-ти комнатах главного здания представлена экспозиция о жизненном и творческом пути Адама Мицкевича. В фондах музея находится 9 прижизненных изданий произведений А. Мицкевича, переводы его произведений на разные языки мира, 120	5948	23 тыс.	используются анимационные мероприятия	региональный	Осуществляется сотрудничество с турфирмами республики

	старопечатных книг, рукописи произведений белорусских поэтов и писателей, картины белорусских и российских художников, фото-аудиодокументы, другие коллекции.					
Музей Любчанского края	основан в 1964 году. В 1998 году музею присвоено звание «народный».	Более 1000	-	отсутствуют	региональный	Сотрудничает с турфирмами республики
<i>Б)дома ремесел</i>						
Новогрудский районный центр ремёсел	Открыт 1 декабря 2000г. на базе районного дома культуры. Центр является важным объектом культурно-исторического наследия дестинации.	-	-	Организация выездных выставок, мастер-классы.	региональный	-

Приложение 4. Носители нематериального культурного наследия

Название	Местонахождение и правовой статус	Специализация	Средний возраст участников	Известность (международный, национальный, региональный)	Степень сотрудничества с предприятиями туризма	Финансирование коллектива
<i>А) творческие коллективы(песенные, танцевальные, драматургические)</i>						
детский «образцовый»	Новогрудский ДШИ	хор	8-15 лет	региональный	-	государственное

военно-исторический клуб «Мэта»	Новогрудский РДК	Рукопашный бой	24-35	региональный	частичное	государственное
театр-студия игры «Гульнёвая скарбонка»	Новогрудский РМЦ	театр	15-24	региональный	-	государственное
«Свитязь»	Новогрудский РДК	ансамбль песни и танца	25-35	региональный	-	государственное
«народный» цирк	Новогрудский РДК	Цирковые выступления	18-30	региональный	-	государственное
<i>Б) участники этнографических обрядов</i>						
«Свитязь»	Новогрудский РДК	ансамбль песни и танца	25-35	региональный	Выступают на различных фестивалях, праздниках	государственное
обряд «Заручыны»	д. Вселюб	Народный кукольный театр	разновозрастной	национальный	частичное	государственное
обряд «Уваходзіны»	д. Щорсы	Народный кукольный театр	разновозрастной	национальный	частичное	государственное

Приложение 5. Перечень организуемых культурных событий

Название и местонахождение	Тематика (специализация)	Место проведения	Сроки проведения	Количество участников	Охват аудито	Известность (международный,	Источники финансирования	Участие малого и
----------------------------	--------------------------	------------------	------------------	-----------------------	--------------	-----------------------------	--------------------------	------------------

ние			ения	организаторо в	рии	национальный, региональный)		среднего бизнеса
<i>А) фестивали</i>								
Рыцарский фестиваль	Рыцарские бои	Г. Новогрудок	лето	Новогрудский районный Дом культуры	1 – 1,5 тыс. чел.	региональный	государственное	частичное
Фестиваль средневековой культуры «Новогрудок — 2011»	Рыцарский турнир, концерты средневековой музыки, выступления каскадеров.	Г. Новогрудок	лето	Новогрудский районный Дом культуры	2 – 2,5 тыс. чел.	региональный	государственное	частичное
фестиваль Н.Набокова	Исполнение произведений композитора	г. Новогрудок	6 – 8.09	Новогрудский районный Дом культуры	500 – 1000 чел.	региональный	государственное	частичное
“Восеньські кірмаш-2012”	Торговля продукцией садоводства, пчеловодства и т.д.	г. Новогрудок	15.10.2011	Новогрудский районный Дом культуры	местное население	региональный	государственно-частное	частичное
<i>В) Народные празднования</i>								
дожинки	Ежегодный фестиваль. День народного календаря славян и обряд завершения жатвы	г. Новогрудок	08.2012	Новогрудский районный Дом культуры	местное население	региональный	государственное	частичное
<i>Г) Музыкальные события</i>								

музыкально-просветительская акция «Новогрудок–2012»	Концертная программа	Г. Новогрудок	07.2012	Новогрудский районный Дом культуры	1,5 – 2 тыс. чел.	региональный	Государственное	частичное
<i>Д) спортивные события</i>								
"ГРОДНЕНСКАЯ ЛЫЖНЯ - 2013"	спортивный праздник	д.Селец	9.02.2013	Управление физкультуры исполкома	Местное население	региональный	государственное	частичное
<i>Е) экотуристские слеты</i>								
Туристский слет	Спортивный праздник	в районе озера Литовка.	17-18.06.2012	Управление физкультуры исполкома	-	региональный	-	-

Приложение 6. Перечень средств размещения туристов

№	Название	Место	Вместимость (к-во мест)
1.	Агроусадьба «Черешля»	д. Черешля	8
2.	Агроусадьба «Ранчо-Родео»	д. Лещенка	10
3.	Агроусадьба «Солнечный день»	д. Делятичи	4
4.	Агроусадьба «Плянты»	д.Плянты	4
5.	Агроусадьба «Золотая подкова»	д. Новосады	10
6.	Агроусадьба «Новый сад»	д. Новосады	8
7.	Агроусадьба «Виктория»	д. Новосады	8
8.	Агроусадьба «Остров бобров»	д. Сенежицы	8
9.	Г-ца «Новогрудок»	г.Новогрудок	82
10.	Г-ца «Панский дом»	г.Новогрудок	21
11.	Г-ца ОАО «Новогрудский завод газовой аппаратуры»	г.Новогрудок	22
12.	Биатлонно-спортивный комплекс	д.Селец	43
13.	Объект размещения «Гостинный двор»	д.Гнесичи	20
14.	Турбаза	г.Новогрудок	22
15.	Турбаза	д.Валевка	20-50
16.	Дом охотника ГЛХУ «Новогрудский лесхоз»	г/п Любча	9

Приложение 7. Перечень объектов общественного питания

№	Название	Место	Вместимость (к-во мест)
1.	ресторан «Свитязь»	г.Новогрудок	140
2.	ресторан «Валерия»	г.Новогрудок	170
3.	кафе «Молодежное»	г.Новогрудок	255
4.	кафе «Старый город»	г.Новогрудок	70
5.	кафе «Ангелина»	г.Новогрудок	60
6.	бар «Рим»	г.Новогрудок	50

Приложение 8. Перечень нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность в сфере агрозкотуризма на территории Республики Беларусь

1. Инвестиционный кодекс Республики Беларусь 22 июня 2001 г. № 37-3 в изменениях и дополнениях от 9 ноября 2009 г. № 55-3 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 276, 2/1607) <Н10900055>.
2. Банковский кодекс Республики Беларусь 25 октября 2000 г. № 441-3 в изменениях и дополнениях от 13 июля 2012 г. № 416-3 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.07.2012, 2/1968) <Н11200416> - внесены изменения и дополнения, вступившие в силу 22 января 2013 г., за исключением изменений и дополнений, которые вступят в силу 1 января 2014 г..
3. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) 29 декабря 2009 г. №71-3 Принят Палатой представителей 11 декабря 2009 года. Одобрен Советом Республики 18 декабря 2009 года.

4. Закон Республики Беларусь 25 ноября 1999 г. N 326-З «О туризме» Принят Палатой представителей 10 ноября 1999 года. Одобрен Советом Республики 18 ноября 1999 года (в ред. Законов Республики Беларусь от 09.01.2007 N 206-З, от 16.06.2010 N 139-З).
5. Закон Республики Беларусь 9 декабря 1992 г. № 2020-XII «О хозяйственных обществах» в изменениях от 15 июля 2010 г. № 168-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 183, 2/1720) <Н11000168>.
6. Закон Республики Беларусь 8 января 1998 г. № 135-З «О совместном домовладении» в изменениях от 9 ноября 2009 г. № 55-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 276, 2/1607) <Н10900055>.
7. Закон Республики Беларусь 7 декабря 1998 г. № 213-З «О свободных экономических зонах» в изменениях и дополнениях от 12 июля 2013 г. № 52-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 23.07.2013, 2/2050) <Н11300052>.
8. Закон Республики Беларусь 18 февраля 1991 г. № 611-XII «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» в изменениях и дополнениях от 1 июля 2010 г. № 154-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 170, 2/1709) <Н11000154>.
9. Закон Республики Беларусь 11 ноября 2002 г. № 149-З «О личных подсобных хозяйствах граждан» в изменениях и дополнениях от 28 декабря 2009 г. № 96-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 6, 2/1648) <Н10900096>.
10. Закон Республики Беларусь 13 июля 2012 г. N 415-З «Об экономической несостоятельности (банкротстве)».
11. Закон Республики Беларусь 3 января 2013 г. № 15-З «О рекламе» в изменениях и дополнениях (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 09.01.2013, 2/2013) <Н11300015> - внесены изменения и дополнения, вступившие в силу 10 июля 2013 г., за исключением изменений и дополнений, которые вступят в силу 10 января 2014 г.
12. Закон Республики Беларусь 17 мая 2011 г. № 262-З «Об авторском праве и смежных правах» Принят Палатой представителей 27 апреля 2011 года. Одобрен Советом Республики 28 апреля 2011 года.
13. Закон Республики Беларусь 24 ноября 1993 г. №2586-XII «О залоге» в изменениях и дополнениях от 22 декабря 2005 г. № 76-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2006 г., № 6, 2/1173)
14. Закон Республики Беларусь 28 июля 2003 г. № 231-З «О торговле» в изменениях и дополнениях от 7 декабря 2009 г. № 66-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 300, 2/1618) <Н10900066>.
15. Закон Республики Беларусь 13 июня 2006 г. № 124-З «О транспортно-экспедиционной деятельности» в изменениях и дополнениях от 29 ноября 2010 г. № 195-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 289, 2/1747) <Н11000195>.

16. Закон Республики Беларусь 31 января 1995 года «Об основах государственного социального страхования» в изменениях и дополнениях от 30 декабря 2011 г. № 334-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2012 г., № 2, 2/1884) <Н11100334>.
17. Закон Республики Беларусь 5 февраля 1993 г. № 2181-XII «О товарных знаках и знаках обслуживания» в изменениях и дополнениях от 9 июля 2012 г. № 389-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 14.07.2012, 2/1941) <Н11200389>.
18. Указ Президента Республики Беларусь № 372 «О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь» от 2 июня 2006 г.
19. Указ Президента Республики Беларусь от 9 марта 2007г. № 119 «Об упрощенной системе налогообложения».
20. Указ Президента Республики Беларусь «Об уплате подоходного налога в фиксированных суммах» № 497 от 4 августа 2006 г.
21. Указ Президента Республики Беларусь 21 июня 2012 г. N 284 О внесении изменений и дополнений в некоторые Указы Президента Республики Беларусь (Зарегистрировано в Национальном реестре правовых актов).
22. Республики Беларусь 25 июня 2012 г. N 1/13579
23. Декрет Президента Республики Беларусь №6 от 7 мая 2012 г.О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности
24. Декрет Президента Республики Беларусь от 20 декабря 2007 г. №9 «О некоторых вопросах регулирования предпринимательской деятельности на территории сельских населенных пунктов».
25. Декрет Президента Республики Беларусь от 28 января 2008 г. №1 «О стимулировании производства и реализации товаров (работ, услуг)».
26. Постановлением № 1191 Совета Министров Республики Беларусь «О мерах по реализации Указа Президента Республики Беларусь от 4 августа 2006 г. № 497» от 12 сентября 2006 г.
27. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 июня 2006 г. № 818 «Об утверждении типового договора на оказание услуг в сфере агроэкотуризма».
28. Постановление Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь «Об утверждении формы информации о договорах на оказание услуг в сфере агроэкотуризма, заключенных в истекшем году» № 68 от 19 июня 2006 г.).
29. Письмо Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 13 октября 2006 г., № 01-04/613 «О реализации Указа Президента Республики Беларусь № 372».
30. «Методические указания о порядке организации регистрации иностранных граждан и лиц без гражданства на объектах агроэкотуризма» Министерства внутренних дел Республики Беларусь.

Приложение 9. Потенциальные источники финансовой поддержки бизнеса в сфере экотуризма

1. Гродненское областное учреждение финансовой поддержки предпринимателей: г. Гродно, ул. Мицкевича, 8, тел. (0152) 72 00 57, 74 49 11, 74 22 27, адрес в интернете www.fincentr.by. Источник поддержки: средства областного бюджета. Вид и условия поддержки: кредит предоставляется на срок до 5 лет под 0,5 ставки рефинансирования Национального банка Республики Беларусь.
2. Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей. Источник поддержки: средства республиканского бюджета. Вид и условия поддержки: Кредит предоставляется на срок до 3 лет под ставку рефинансирования Национального банка Республики Беларусь. Рекомендация: обращаться за дополнительной информацией в Гродненское областное учреждение финансовой поддержки предпринимателей.
3. ОАО «Белагробанк». Вид поддержки: льготный кредит для субъектов агроэкотуризма. Дополнительная информация на сайте: <http://www.belapb.by/rus/about/agrotourism/>
4. Программа Европейского банка реконструкции и развития – компенсация до 70% затрат на консультационные и консалтинговые услуги для субъектов малого и среднего бизнеса. <http://www.bveb.by/smallbusiness-credit/EBRRcredits/>; <http://www.microcredit.by/> В перечень услуг входят: разработка ТЭО, проведение анализа рынка, инженерно-технические решения, компьютеризация бухгалтерского учета и др. Вид поддержки: компенсация фактически понесенных затрат, сумма ограничена 10 000 евро.
5. Северная экологическая финансовая корпорация http://www.nefco.org/ru/introduction/korporatsiya_nefko финансирование энергоэффективных проектов. Вид поддержки: Финансирование предоставляется в виде займа сроком до 5 лет по ставке 6% годовых в евро или долл. США. Максимальная сумма займа составляет 350 тыс. евро (долларов). Заемщику необходимо обеспечить не менее 10% собственного участия в финансировании проекта. Так же необходимо предоставить обеспечение по займу.
6. Программы трансграничного сотрудничества в рамках европейской политики добрососедства http://www.scienceportal.org.by/cooperation/opportunities/multilateral/enp_cbc/ <http://www.pl-by-ua.eu/ru> (Польша-Украина-Беларусь) - для Брестского региона <http://www.enpi-cbc.eu/> (Литва-Латвия-Беларусь) – для Гродненского региона
7. Заявителями могут быть местные и региональные органы власти, структуры гражданского общества, общественные организации, торговые палаты, представители сферы науки и образования и другие субъекты в соответствии с географическим охватом программы. Вид поддержки: Финансирование программ ЕПД ТГС осуществляется на грантовой основе. Проекты должны иметь некоммерческий характер, строго соответствовать

установленным приоритетам и требованиям. Каждый проект предполагает софинансирование со стороны партнеров. Для партнеров из Беларуси оно должно составлять не менее 10% от стоимости всех мероприятий, реализуемых на белорусской стороне.

8. Программы ЕС для Беларуси

http://eeas.europa.eu/delegations/belarus/index_be.htm

Ежегодная программа действий для Беларуси на 2013 год:

http://ec.europa.eu/europeaid/work/ap/aap/2013_en.htm

Беларусь на сайте Генерального директората Европейской комиссии по развитию и сотрудничеству – EuropeAid:

http://ec.europa.eu/europeaid/where/neighbourhood/country-cooperation/belarus/belarus_en.htm

Восточное партнерство: <http://ec.europa.eu/europeaid/easternpartnership>

9. Программа малых грантов Глобального экологического фонда – информирует через ПРООН и сайты НГО, необходимо отслеживать информацию. О самой программе здесь

<http://undp.by/ru/undp/news/belarus/03-08-05-01.html> (тел. +375 17 2995505)

10. Конкурс малых грантов Всемирного Банка

<http://www.worldbank.org/en/country/belarus> (даты уточняются по тел.: +375 17 226-52-84)

11. Ассоциация «Белфранчайзинг». Организовать или развить существующий бизнес можно посредством покупки или разработки собственной франшизы. Все о франчайзинге на сайте www.belfranchising.by

12. Общественное объединение «Сообщество бизнес-ангелов и венчурных инвесторов «БАВИН». Вид поддержки: получение инвестиций субъектами малого бизнеса для осуществления инвестпроектов с большой перспективой роста. Более подробную информацию на сайте: <http://www.bavin.by>