

УДК 630*232.322.41

А.В. Козорез, нач. отдела охотничьего хозяйства МЛХ
(г. Минск);

А.М. Митренков, ассист.,

А.В. Юрения, доц., канд. с.-х. наук (БГТУ, г. Минск);

В.Л. Андреева, доц., канд. с.-х. наук (БГПУ, г. Минск);

Е.Г. Юрения, ст. преп. (БГТУ, г. Минск)

ОСНОВНЫЕ ПРОВОДИМЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ПО РАЗВИТИЮ ОХОТНИЧЬЕГО ТУРИЗМА

Одним из ведущих направлений современной экономики является туризм. Республика Беларусь среди стран СНГ, после России и Азербайджана, входит в тройку лидеров по индексу устойчивого развития туризма. Одним из ключевых видов туризма развиваемых в Беларуси является охотничий туризм. Анализ литературы показал, что охотничий туризм (ОТ) представляет собой охотничий тур или охоту, основной целью которого является выборочный селекционный отстрел и добыча трофеев хищных, копытных и пушных зверей, водоплавающей, полевой и боровой дичи, а также деятельность по организации туристического путешествия [1]. Некоторые исследователи указывают на тот факт, что ОТ необходима рассматривать комплексно: как вид активного отдыха и как экономическую деятельность [2].

Для развития ОТ необходимо:

1. наличие природных ресурсов, включая охотничьи виды фауны и ландшафтные условия для организации разных форм охоты.

Фауна позвоночных Беларуси включает 512 видов, из них 82 вида млекопитающих, 342 – птиц, 65 – рыб. Видовой состав охотничьих животных в Республике Беларусь представлен 54 видами, в том числе 12 нормируемых (8 видов копытных животных, 2 вида пушных животных и 2 вида птиц) и 42 ненормируемых (12 видов пушных животных, 30 видов птиц).

2. нормативно-правовые факторы, определяющие условия организации охоты (получение лицензии, провоз оружия, оформление трофеев и т. д.), безопасность, и формирование положительного образа охотника, обеспечивающего устойчивость природных ресурсов за счет контроля над численностью популяций диких животных, предотвращении распространения болезней и защите экосистем.

Законодательно-правовая база выступает фундаментом развития охотничьего туризма. Большинство охотничьих хозяйств Республики Беларусь закреплено за лесхозами (ГЛХУ/ГОЛХУ) и Белорусским обществом охотников и рыболовов (БООР), что определяет формы собственности – государственную и общественную. В свою очередь,

формы собственности определяют централизованное управление, включая законодательную базу по проведению охоты. Обязательное сопровождение лицензированными егерями, страхование – все это элементы качественного сервиса. В охотничьих хозяйствах постоянно ведется борьба с браконьерами, что выражается как в патрулировании территории егерями, в том числе с помощью технических средств, взаимодействии с представителями госинспекции и охотнадзором с целью фиксации нарушений правил охоты и для принятия мер по обеспечению воспроизводства диких животных, относящихся к объектам охоты.

Как известно сложности в получении виз, запреты на ввоз личного оружия, вывоз ценных охотничьих трофеев (например, рога, клыки, шкуры.) отталкивают охотников-туристов, поэтому страны, развивающие охотничий туризм, стараются упростить административные процедуры. Так для иностранных граждан пребывающих на территорию Республики Беларусь был введен безвизовый порядок въезда в туристических целях на срок 15-30 суток. Вывоз ценных охотничьих трофеев (рога, шкуры, клыки) из Республики Беларуси разрешен, но требует обязательной специальной оценки, регистрации и оформления разрешительных документов, подтверждающих законность добычи и вывоз трофеев.

3. инфраструктура, включая сеть охотничьих хозяйств для размещения туристов.

В настоящее время площадь белорусских охотничьих угодий составляет 16,7 млн. га, на которых зарегистрировано 203 охотничьих хозяйства с наличием инфраструктуры (около 90 охотничьих комплексов). Однако инфраструктура и сервис не везде соответствуют международным стандартам, есть сложность в привлечении персонала и гидов, в том числе англоязычных.

4) маркетинг охотничьего туризма: создание баз данных об охотничьих хозяйствах, охотниках и базовых охотничьих маршрутов.

В настоящее время в Белорусском обществе охотников и рыболовов (БООР) состоит около 67 тыс. человек из 96 тыс. охотников. В республике создан единый реестр охотников и их комплексный банк данных. Созданы сайты, где представлена информация о лесохотничьих хозяйствах по административным областям и объектам охоты (<https://belohota.by> представлена), интерактивные карты охотничьих угодий (<https://huntmap.by>), разработаны для охотников мобильные приложения ГИС Formap.

В целях привлечения внимания к потенциалу охотничьих туров в Беларуси ноябрь месяц 2024 года был объявлен Национальным агентством по туризму «месяцем охотничьего туризма».

Информативной платформой для демонстрации специализированных товаров (одежды, снаряжения, оружия) и услуг по организации охоты является Международная специализированная выставка-ярмарка «Охота и рыболовство». Официально охотничий туризм был представлен как один из перспективных видов международного туризма на Международной выставке-ярмарке туристических услуг «ОТДЫХ-2024». Национальный туристический бренд был представлен на выставке-ярмарке «Охота и рыболовство на Руси» (г. Москва, 2025), Московской международной выставке оружия и товаров для охоты «ORĖLEXPO 2025», МИТТ 2025 (г. Москва), «Интурмаркет-2025» (г. Санкт Петербург), ITE 2025 (Гонконг) и др.

Информация о предоставляемых охотничьих услугах с возможностью бронирования турпакета для иностранных туристов размещена на сайте <https://belhuntservice.com> на 5 европейских языках; на русскоязычном сайте <https://belohota.by> можно также заказать тур. Официальные сайты (БООР, интернет-портал visit Belarus и др.) также содержат информацию об ОТ, но она не всегда актуальна. В связи с чем, предлагаем создать единый специализированный сайт об охоте, где предоставлялась единая комплексная информация о природных ресурсах, с календарем сезонов, картами охотничьих хозяйств, фото- и видеоматериалами, онлайн наблюдением за животными, отзывами и онлайн-заявками на туристскую услугу на русском и иностранных языках. Иностранному туристу необходимо минимизировать процесс заказа и оплаты тура онлайн, создать личный кабинет для отслеживания статуса документов. Также эффективной маркетинговой тактикой было бы представление информации об ОТ в социальных сетях. Использовать онлайн таргетированную рекламу при введении в поиске ключевых слов, куов-файлов. Доля туристического охотничьего маркетинга в социальных сетях ничтожно мал. Охотничьи хозяйства в большинстве своем не ведут социальные сети, особенно на иностранном языке, не взаимодействуют с известными блогерами.

Для привлечения туристов к ОТ в настоящее время осуществляется популяризация экологических туров с внедрением элементов фотоохоты (например, соревнования по фотобердингу в Березинском биосферном заповеднике), рекомендуется также разработать образовательные программы на базе охотхозяйств способных привлечь новую аудиторию и сгладить сезонность спроса. В качестве примера предлагается в охотничьих хозяйствах создать стрелковые тиры с последующей тренировкой на их базе охотников.

Привлечение внимания потенциальных туристов-охотников вызывают специализированные мероприятия. Например, зимний охотничий фестиваль «День фазана» в Налибокской пуще На мероприятия

приглашаются как охотники, так и члены их семей. Фестиваль славиться разнообразными детскими конкурсами и гастрономическими блюдами, несмотря на то, что основная часть праздника – охота на фазана. Интересен пример проведения общереспубликанского соревнования между охотниками республики по регулированию численности лисицы «Хитрый лис – 2025». Мероприятие длилось сутки. Его суть заключалась в популяризации охоты как формы массового активного отдыха, проведении биотехнических мероприятий. Для подтверждения результата, охотникам необходимо было представить фотографию с трофеем. За каждую подходящую по критериям добытую лису начислялись баллы. В соревнованиях приняли участие 219 охотников, которые суммарно добыли 122 лисы. Информация о проведении есть на ютуб канале (112 тыс. просмотров). Национальный фестиваль охоты и рыболовства проходил летом 2025 года на Царской поляне в Беловежской пуще. Организаторы предлагали посетителям погрузиться в историю охоты, увидеть образцы старинных орудий охоты и рыболовства, уникальные трофеи. В рамках фестиваля состоялся чемпионат вабильщиков, стрелково-охотничьи соревнования, конкурс охотничьей кухни, соревнования по стрельбе из лука. Ельский лесхоз проводил также охотничий фестиваль «Черная тропа» – охота на зайцев с гончими собаками; мероприятие «Утиная территория» по установке искусственных гнездовий для уток прошел в Налибокской пуще. Для популяризации подобных мероприятий предлагается приглашать блогеров-охотников. Визуальный контент необходим для продвижения ОТ. В связи с чем необходимо регулярно обновлять материалы в соцсетях, специальных платформах для охотников.

Следовательно, основными мероприятиями для развития ОТ в Республике Беларусь является развитие сервиса охотничьих хозяйств, цифровизация туристских услуг, активизация маркетинговых мероприятий на внешнем и внутреннем рынках, мероприятия, направленные на устойчивое развитие территории, в том числе сохранение биоразнообразия фауны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Республика Беларусь : энцикл. : в 7 т. / Г. П. Пашков (гл. ред.) [и др.]. – Минск : Бел. энцикл. им. П. Бровки, 2007. – Т. 5. – С. 658.
2. Макарющенко В. В. Анализ использования понятий и определений, применяемых в сфере охотничьего туризма. // Вестник охотоведения, 2024, том 21, № 3, стр. 243–266.