

УДК 338.48-054.6(476)

В. А. Марчук

Белорусский государственный технологический университет

**АСПЕКТЫ РОСТА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БЕЛАРУСИ
У ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ**

Развитие туризма в Беларуси в последние годы было подвержено влиянию ряда неординарных факторов: прошедший в республике Чемпионат мира по хоккею, экономический кризис в России, воссоединение Крыма Российской Федерацией и ряд других, к которым сфера туризма весьма чувствительна [1].

Беларусь, обладая хорошими ресурсами и возможностями для развития туризма, тем не менее не может выдерживать конкуренцию с зарубежными странами [2], и как результат – с каждым годом все больше населения страны выезжает за территорию республики на время отпусков. Одной из причин выездного туризма является слабая реклама для продвижения национального туристического продукта, объектов экологического, культурно-познавательного туризма Беларуси на национальном и международном туристических рынках.

Въездной туризм Беларуси представлен иностранными туристами из соседних стран, в частности из России. На это влияет ряд факторов: ностальгические мотивы, безвизовый режим, низкие цены и ряд др. Однако для расширения географии стран, из которых туристы будут приезжать на отдых в Беларусь, необходимо уделять значительное внимание менталитету иностранных туристов, делать рынок туристических услуг более эластичным и клиентоориентированным.

Ключевые слова: туризм, туристический бизнес, ресурсные возможности, экологический туризм, ресурсный потенциал, менталитет, клиентоориентированность.

V. A. Marchuk

Belarusian State Technological University

**SOME ASPECTS OF GROWTH OF BELARUSIAN ATTRACTIVENESS
IN FOREIGN TOURISTS**

The development of tourism in Belarus in recent years has been influenced by a number of extraordinary factors, among which are the World Hockey Championship, the economic crisis in Russia, the reunification of Crimea by the Russian Federation and a number of other factors to which the tourism industry sensitive [1].

Belarus, possessing good resources and opportunities for tourism development, can not withstand competition with foreign countries, and as a result, every year more and more people of the country [2] leave for the territory of the republic for the period of holidays. One of the reasons for outbound tourism is weak advertising for the promotion of the national tourist product, objects of ecological, cultural and educational tourism of Belarusia in the national and international tourist markets.

Incoming tourism of Belarus is represented by foreign tourists from neighboring countries, in particular from Russia. This is influenced by a number of factors: nostalgic motives, visa-free regime, low prices and a number of other reasons. However, to expand the geography of countries from which tourists will come to rest in Belarus, it is necessary to pay considerable attention to the mentality of foreign tourists. To make the market of tourist services more elastic, client-oriented.

Key words: tourism, tourist business, resource opportunities, ecological tourism, resource potential, mentality, client orientation.

Введение. Туризм – это отрасль экономики непродуцированной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах. Основная функция – обеспечить человека полноценным и рациональным отдыхом [2–7].

Множество факторов влияют на выбор туристами и экскурсантами того или иного вида отдыха и самой страны пребывания: наличие ресурсов (природных, культурных), инфра-

структуры, и, что немаловажно, – безопасность данной местности (страны, города) [8].

Ориентация на выездной туризм является негативной тенденцией в республике. Развитие внутреннего и выездного туризма – вот приоритетные направления туристической индустрии Беларуси.

Главным признаком успешной деятельности в туризме являются клиентоориентированность, эластичность рынка оказания туристических услуг, на чем и должен строиться весь со-

временный конкурентноспособный туристический бизнес.

Основная часть. Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира.

В настоящее время он превратился в индустрию международного масштаба, занимающую по доходам третье место среди крупнейших экспортных отраслей экономики, уступая лишь нефтеперерабатывающей промышленности и автомобилестроению [9]. Туристскую индустрию можно рассматривать как совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного значения, организаций, осуществляющих туристскую деятельность, организаций, предоставляющих услуги гидов-переводчиков [10].

Беларусь располагает рядом предпосылок для успешного развития как внутреннего, так и въездного туризма. К ним можно отнести: выгодное геополитическое положение, наличие богатого историко-культурного и природного наследия. Более полно ресурсные возможности республики представлены на рис. 1 [9].

Ресурсные возможности республики Беларусь включают 1597 памятников архитектуры, 1131 памятник истории, 122 памятника искусства, 1834 памятника археологии, 138 музеев, 23 парка культуры и отдыха, 4 национальных парка, 2 заповедника, 96 заказников республиканского значения и 446 местного, 910 памятников природы, 927 усадеб, 331 средство размещения и 102 санаторно-курортные организации.

Все вышеперечисленные ресурсные возможности способствуют развитию большого числа разнообразных видов туризма.

Агротуризм – отдых в любой области Беларуси в деревенских домах или коттеджах,

(927 сельских усадеб, 17 туристических комплексов на базе СПК).

Ностальгический туризм может заинтересовать зарубежных туристов, имеющих белорусско-польские, еврейские и даже мусульманские корни.

Иностранному охотничьему туризму сегодня считается наиболее перспективным в Беларуси. Его можно назвать одной из основных статей дохода въездного туризма.

В настоящее время государство и частники активно вкладывают деньги в строительство охотничьих вольеров, которые достигают размера до 2 тыс. га. В них можно проводить охоту на ланей, муфлонов, оленей.

В Республике Беларусь с недавнего времени официально разрешена охота с луком и арбалетом. Сегодня в мире порядка 20 государств, в которых официально разрешена такая ловля зверя, Беларусь в их числе.

Иностранного охотника интересует волк (как охотничий вид), к примеру, в Польше, Германии и ряде других стран этих животных мало, там они считаются охраняемым видом. В Беларуси охота на волков проводится круглогодично, так как волк считается нежелательным видом из-за высокой численности популяции.

Кроме этого, в Беларуси добывается ежегодно 20–25 особей зубра. Полученные от охоты средства идут на развитие популяции.

Экологический туризм: несравненная белорусская природа с ее лесами, озерами и национальными парками.

Водный туризм – Августовский канал (для любителей сплава), Огинский канал привлекает байдарочников, Днепро-Бугский канал, Днепр, Припять и другие реки – для любителей водных путешествий.

Спортивный туризм – суперсовременные горно-лыжные курорты «Логойск», «Силичи», «Мозырь», спортивные походы (водные, лыжные, велосипедные, конные).

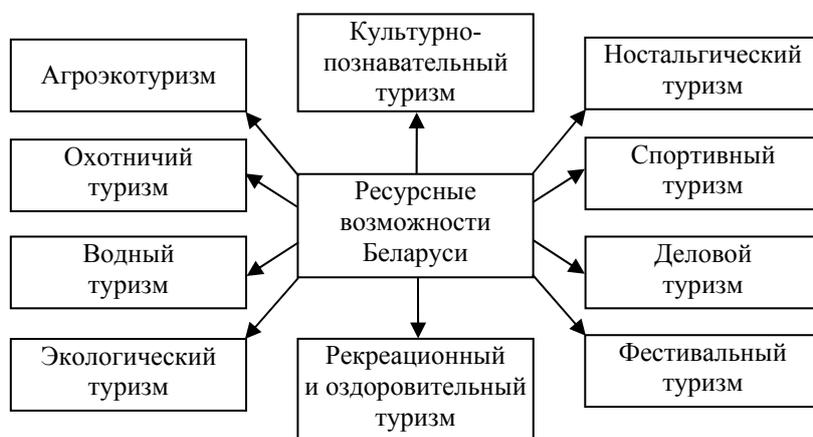


Рис. 1. Ресурсные возможности Беларуси

Культурно-познавательный туризм – дворцы и замки Беларуси XVI–XIX вв., места важных исторических событий.

Деловой туризм – международные выставки, семинары, симпозиумы.

Рекреационный и оздоровительный туризм – 102 санатория, 85 баз отдыха.

Фестивальный туризм – «Славянский базар» в Витебске, фестиваль церковной музыки «Магутны божа», «Золотой шлягер» в Могилеве, «Музы Несвижа», «Белая амфора» в Витебске и т. д.

Многочисленные ресурсы, которыми богата Беларусь, используются в различных видах туризма. Природные ресурсы страны (национальные парки, заказники, памятники природы) активно вовлечены в экологический, водный, рекреационный и охотничий виды туризма. Историко-культурное наследие является главным объектом в культурно-познавательном туризме.

Однако для того чтобы разнообразить организуемые туры, экскурсии, чаще всего используется не один, а все имеющиеся ресурсы территории.

К примеру, при организации экологического туризма нередко в экскурсии включают памятники истории, архитектуры и другие историко-культурные ценности.

Эколого-краеведческая тропа «Поречская» расположена в ГЛХУ «Гелеханский лесхоз», Поречское лесничество. Она дает представление о редких экзотических деревьях, растущих в Пореченском парке, исторических достопримечательностях края, деятельности белорусского и польского государственного политического деятеля Романа Александровича Сकिрумонта.

Такое комплексное и смежное использование всех имеющихся ресурсов наблюдается во всех видах туризма и способствует ознакомлению и популяризации территории страны в целом, а не одном направлении. Вовлечение существующих ресурсов страны нельзя отнести к какому-либо конкретному виду туризма.

Средства размещения также относятся к ресурсам территории, активно вовлеченным в сферу туризма. Они составляют базу туристической индустрии и необходимы для успешного функционирования и развития каждого вида туризма.

Средства размещения – это любой объект, регулярно или периодически предоставляющий места для ночевки [2]. Для Беларуси наиболее популярными средствами размещения являются гостиницы, мотели, кемпинги, дома охотника и рыболова.

Белорусский туристический бизнес развивается преимущественно с ориентацией на выезд, и лишь небольшая часть туристических фирм ориентируется на внутренний туризм, который

развит весьма слабо, и собственно привлечение гостей в Беларусь (въездной туризм).

Ежегодно Беларусь посещают порядка 6 млн человек, более 30% из которых являются организованными туристами [11, 12]. Основные виды туризма, привлекающие иностранцев в Беларусь, представлены на рис. 2 [13–14].



Рис. 2. Популярные у иностранцев виды туризма при посещении Беларуси

Из всех вышеперечисленных видов туризма следует выделить экологический туризм и туры выходного дня как наиболее популярные виды. В соответствии со статистическими данными, средняя продолжительность пребывания иностранных туристов в 2016 г. составила 4 дня (2015 г. – 5 дней) [11, 12], что в большей степени подходит именно для данных видов туризма.

Экологический туризм имеет тесную взаимосвязь с агротуризмом. При заинтересованности и активной деятельности хозяев усадеб в области экотуризма (обустройство экологических троп, проведение экскурсий, обустройство смотровых площадок для наблюдения за животными), агротуризм может стать еще более популярным для иностранных туристов, что, в свою очередь, увеличит доход от туристической деятельности.

Для привлечения иностранных посетителей еще в январе 2017 г. был установлен безвизовый режим для 80 стран мира на 5 дней. Пока данная мера не принесла желаемого результата, возможно, из-за отсутствия на должном уровне рекламной компании, нехватки квалифицированных кадров в туристической сфере и несоответствия цены и качества размещения в гостиницах. Существует острая проблема с придорожным сервисом, особенно на отдаленных автомагистралях.

Въездной туризм формируется за счет граждан Российской Федерации, точное количество которых не поддается подсчетам.

Более полный список стран, граждане которых прибывают в Беларусь с целью туризма, представлен на рис. 3 [11, 12, 15].



Рис. 3. Организованные иностранные туристы, принятые в Республике Беларусь за 2016 – Ирак

Наибольший поток въездного туризма наблюдается из Российской Федерации и других соседних стран, чему способствует ряд весомых причин: безвизовый режим, отсутствие языкового барьера, ностальгические мотивы.

Для расширения географии въездного туризма необходимо уделять больше внимания менталитету именно тех стран, с которыми наиболее интересно туристическое сотрудничество для Беларуси.

Следует выделить страны Западной Европы. Одной из главных целей туристов, прибывающих в Беларусь, является добыча трофейных животных (лось, олень, зубр резервного фонда) и в целом охотничий туризм, так как на территории большинства европейских стран либо вообще запрещен отстрел данных животных, либо введены жесткие ограничения на добычу. Цены за добычу трофейных животных также в разы отличаются в Беларуси от европейских.

Прибывающие из стран Азии более нацелены на развлекательный отдых (посещение ресторанов, баров, казино, ночных клубов и т. д.).

Клиентоориентированность – главный, необходимый критерий успешного развития туризма, в частности въездного.

Вывод. Ресурсный потенциал Беларуси велик. Он и является основной привлекательной силой для успешного развития как внутреннего, так и въездного туризма.

Для иностранных туристов популярным является экологический туризм. Следовательно, существующий природный потенциал территории обеспечивает привлекательность Беларуси для въездного туризма, но недостаточное развитие инфраструктуры снижает эту привлекательность.

Необходимо уделять внимание таким популярным у иностранцев видам туризма, как экологический и агроэкотуризм, находить инвестиции для поддержания привлекательности территории.

Наиболее успешно развивающимся и прибыльным является медицинский туризм. Следует не только сохранять на существующем уровне эти показатели, но и следить за новыми тенденциями развития в сфере медицины.

Немаловажным является расширение возможностей делового туризма (проведение научных конференций, семинаров и т. п.).

Туризм, в частности ориентированный на прием иностранных туристов, должен становиться более эластичным к спросу и требованиям туристов.

Литература

1. Тарасенок А. И. Геоэкономический механизм обеспечения конкуренции туристической дестинации: учеб. -метод. пособие. Минск: РИПО, 2014. 144 с.
2. Тарасенок А. И. Туристический комплекс Республики Беларусь: современные проблемы и новый механизм развития // Белорусский экономический журнал: сб. науч. работ. Вып. 1. 2016. С. 109–127.
3. География туризма: учебник / В. И. Кружалин [и др.]. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 336 с.
4. Информационное обеспечение туризма: учебник / Н. С. Морозова [и др.]. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 288 с.
5. История туризма: учебник / отв. ред. и сост. Ю. С. Путрик. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 256 с.
6. Основы туризма: учебник / под ред. Е. Л. Писаревского. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 384 с.
7. Экономика туризма: учебник / М. А. Морозов [и др.]. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 320 с.
8. Безопасность туризма: учебник / А. Г. Бобкова [и др.]; под общ. ред. Е. Л. Писаревского. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 272 с.
9. Штефан Л. В. Социально-экономические аспекты развития экологического туризма // Белорусский государственный университет физической культуры: сб. науч. тр. Вып. 13. 2010. С. 41–49.
10. Туристический потенциал территории [Электронный ресурс] / Ресурсы и инфраструктура туризма. Режим доступа: http://studopedia.su/4_5706_turistskiy-potentsial-territorii.html. Дата доступа: 15.08.2017.
11. Национальный статистический комитет [Электронный ресурс] / Иностранцы туристы и экскурсанты, принятые в Республике Беларусь в 2016 году организациями, осуществляющими туристическую деятельность. Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/socialnaya-sfera/turizm/>. Дата доступа: 01.09.2017.
12. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь. Статистический сборник Медведева И. В. Минск. 2017.
13. Верниковская О. Белорусский туризм: тенденции и перспективы // Директор. 2009. № 10. С. 10–14.
14. Все о туризме [Электронный ресурс] / Основы гостеприимства и туризма. Основные виды туризма. Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/artemova7.htm. Дата доступа: 15.08.2017.
15. Тарасенок А. И. Новые подходы к структурированию туристского пространства: от рекреационных районов к геоэкономическим системам // Вестник БГУ. Сер. 2. 2010. № 1. С. 95–99.

References

1. Tarasенок A. I. *Geoekonomicheskiy mekhanizm obespecheniya konkurentsii turisticheskoy destinatsii* [Geo-economic mechanism to ensure competition of tourist destination]. Minsk, RIPO Publ., 2014. 144 p.
2. Tarasенок A. I. Tourist complex at the Republic of Belarus: modern problems and new mechanism of development. *Belorusskiy ekonomicheskiy zhurnal: sb. nauch. rabot* [Belarusian economic journal: collection of works], 2016, vol. 1, pp. 109–127 (In Russian).
3. Kruzhalin V. I., Mironenko N. S., Zigern-Korn N. V., Shabalina N. V. *Geografiya turizma* [Geography of tourism]. Moscow, Federal'noye agentstvo po turizmu Publ., 2014. 336 p.
4. Morozova N. S., Morozov N. A., Chudnovskiy A. D., Zhukova M. A., Rodigin L. A. *Informatsionnoye obespecheniye turizma* [Information support of tourism]. Moscow, Federal'noye agentstvo po turizmu Publ., 2014. 288 p.
5. Putrik Yu. S. *Istoriya turizma* [History of tourism]. Moscow, Federal'noye agentstvo po turizmu Publ., 2014. 256 p.
6. Pisarevskogo Ye. L. *Osnovy turizma* [Basies of tourism]. Moscow, Fede-ral'noye agentstvo po turizmu Publ., 2014. 384 p.
7. Morozov M. A., Morozova N. S., Karpova G. A., Khoreva L. V. *Ekonomika turizma* [Economies of tourism]. Moscow, Federal'noye agentstvo po turizmu Publ., 2014. 320 p.
8. Bobkova A. G., Kudrevatykh S. A., Pisarevskiy Ye. L. *Bezopasnost' turizma* [Tourism security]. Moscow, Federal'noye agentstvo po turizmu Publ., 2014. 272 p.
9. Shtefan L. V. Socio-economic aspects of ecological tourism development. *Belorusskiy gosudarstvennyy universitet fizicheskoy kul'tury: sb. nauch. tr.* [BTU of Phisical Education], 2010, pp. 41–49 (In Russian).

10. Turisticheskiiy potentsial territorii [The tourist potential of the territory]. Available at: http://studopedia.su/4_5706_turistskiy-potentsial-territorii.html (accessed 15.08.2017).

11. *Natsional'nyy statisticheskiy komitet* [National Statistical Committee]. Available at: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/turizm/> (accessed 01.09.2017).

12. Medvedeva I. V. *Turizm i turisticheskiye resursy v Respublike Belarus'* [Tourism and tourism resources in the Republic of Belarus]. Minsk, 2017.

13. Vernikovskaya O. Belarusian tourism trends and prospects. *Direktor* [Direktor], 2009, no. 10, pp. 10–14 (In Russian).

14. *Vse o turizme* [All about tourism]. Available at: http://tourlib.net/books_tourism/artemova7.htm (accessed 15.08.2017).

15. Tarasenok A. I. New approaches to the structuring of tourist: space from recreational areas to geoeconomic systems. *Vestnik BGU* [Bulletin of BSTU], series 2, 2010, no. 1, pp. 95–99 (In Russian).

Информация об авторе

Марчук Виктория Андреевна – магистрант кафедры экономики и управления на предприятии. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: marchuk@belstu.by

Information about the author

Marchuk Victoriya Andreevna – Master's degree student, the Department of Economics and Management at the Enterprise. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str, 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: marchuk@belstu.by

Поступила 05.03.2018